

إدراك القائمين بالاتصال في القنوات التليفزيونية السعودية لدورهم في توعية الجمهور بالإستراتيجية الوطنية لحماية النزاهة ومكافحة الفساد دراسة ميدانية في إطار نظرية المسؤولية الإجتماعية

د. مصطفى صابر محمد عطية النمر*

ملخص

لقد تنامي دور الحكومة في المملكة العربية السعودية منذ تأسيسها بشكل كبير جداً، مما يتطلب تطويراً مستمراً لأدائها ليكون مواكباً للتطلعات والأمال وقادراً على مواجهة التحديات، وجاءت رؤية المملكة 2030 لترسم خارطة طريق يتم من خلالها العمل وفق معايير عالية من الشفافية والمساءلة مع الالتزام بإدارة الموارد المالية بكفاءة واقتدار.

ولذلك انتهجت رؤية 2030 للمملكة العربية السعودية منهج الشفافية مؤكدة على أنه لن يكون هناك تهاون أو تسامح مطلقاً مع الفساد بكل مستوياته سواء أكان مالياً أو إدارياً وذلك من خلال الاستفادة من الممارسات العالمية لتحقيق أعلى مستويات الشفافية والحوكمة الرشيدة في جميع القطاعات بحيث يشمل ذلك اتخاذ كل ما هو ممكن لتفعيل معايير عالية من المحاسبة والمساءلة.

ونظراً لأهمية الدور الذي يقوم به الإعلام بشكل عام والإعلام الحكومي على وجه الخصوص انطلاقاً من مسؤوليته الاجتماعية في الكشف عن الفساد وتوعية الجمهور بضرورة مواجهته والتصدي له تسعى الدراسة الحالية الى التعرف على مستوى إدراك القائمين بالاتصال في القنوات التليفزيونية الحكومية لدورهم في توعية الجمهور بالاستراتيجية الوطنية لمكافحة الفساد في المملكة العربية السعودية.

وسيعتمد الباحث في جمع بيانات الدراسة على أداة استبيان سيتم تطبيقها على (200) مبحوث من القائمين بالاتصال بالقنوات التليفزيونية الحكومية في المملكة العربية السعودية.

* أستاذ مساعد بكلية التربية النوعية - جامعة الزقازيق. المعار أستاذ مشارك بكلية الإعلام والاتصال - جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

Awareness of communicators in Saudi TV channels of their role in educating the public about the national strategy to protect integrity and combat corruption: A field study within the framework of social responsibility theory

Introduction:

The media has an essential role in that it is a tool for raising awareness of the phenomenon of corruption. It has the ability to influence the various segments of society. It is closely related to the culture of society and it can reach the largest segment of it, especially the audio-visual media, which attracts most segments of society, the media is able to educate individuals to disdain the corrupt and create an environment that rejects corruption.

Problem of the study:

The problem of the study focused on identifying the extent to which communicators in Saudi TV channels are aware of their role in educating the public about the national strategy to protect integrity and combat corruption.

The goals of the study:

- 1- Measuring the extent to which communicators in Saudi TV channels follow up on news that deals with protecting integrity and combating corruption in various sources of information.
- 2- Knowing the trends of the communicators in the Saudi TV channels towards the national strategy to protect integrity and combat corruption.
- 3- Measuring the extent to which communicators in Saudi TV channels are aware of their social responsibility to educate the public on issues related to protecting integrity and combating corruption.

Type and method of the study:

This study fall under Descriptive studies and uses the sample survey method to know the extent to which communicators in Saudi TV channels are aware

of their role in educating the public about the national strategy to protect integrity and combat corruption.

The community and sample of the study:

The study population is represented by the communicators in the Saudi TV channels, and the study was applied to a random sample of (120) respondents.

The tools of study:

In collecting data, the researcher relied on the questionnaire, which applied to the respondents of the study sample.

The results of the study:

- 1- The majority of communicators in Saudi TV channels are interested in following up the news that deals with the protection of integrity and combating corruption in the various sources of information, with a percentage of (95%) that ranged between a great degree of interest and a moderate degree of interest.
- 2- The attitudes of the majority of communicators in the Saudi TV channels towards the national strategy to protect integrity and combat corruption were positive in the first order with a percentage of (95%).
- 3- The communicators of the Saudi TV channels are aware of their social responsibility to educate the public on issues related to protecting integrity and combating corruption. Who believe they are highly responsible came in the first rank with a percentage of (71.7%), followed in the second rank by those who believe they are responsible to a medium degree with a percentage of (26.7%).

مقدمة:

الفساد ظاهرة لا تعترف بالحدود الزمنية ولا الحدود المكانية حيث أن وجود الفساد لا يقتصر على مجتمع ما ولا على دولة دون أخرى، فلا يوجد على وجه البسيطة ذلك المجتمع الفاضل الذي يخلو من الفساد والمفسدين، فالفساد متفشي في الدول المتقدمة والدول النامية على حد سواء، والفساد ظاهرة متعددة الجوانب نظراً لتعدد صورته ومظاهره التي أخذت تتجاوز حدود الدولة الواحدة لتصبح ظاهرة دولية معولمة ولم يعد من الممكن التعامل معها من خلال الإجراءات والتشريعات الوطنية فقط وخاصة في ظل التقدم العلمي والتكنولوجي الهائل الذي كان من إنعكاساته السلبية تطور وسائل وأساليب ارتكاب مثل هذه الجرائم التي أصبحت تتخذ أشكالاً جديدة ومتطورة يصعب التعرف عليها أحياناً، ولذا أهتمت الدول والمنظمات الدولية العالمية والإقليمية بجوانب هذه الظاهرة، فقد أولت منظمة الأمم المتحدة اهتماماً خاصاً بهذه الظاهرة أو تلك النوعية من الجرائم حيث عقدت إتفاقية الأمم المتحدة لمواجهة الفساد عام 2003 م وبذلت العديد من الجهود الدولية لمواجهة هذه الجرائم والحد من آثارها.¹

ويعد الفساد من أكبر العوائق أمام العملية التنموية والنمو الإقتصادي للدول فهو يقوض الإستقرار الإقتصادي والسياسي ونشاط القطاع الخاص ويبدد الموارد إذ يزيغ بالسياسة الحكومية عن خدمة مصالح الأغلبية ويحدها عن تحقيق مقاصدها فيوجه طاقات وجهود المواطنين نحو الكسب السريع بدلاً من القيام بالأنشطة المنتجة ويضعف حوافز الإستثمار ويهبط من جودة البنى الأساسية والخدمات العامة ويشوه عناصر النفقات العامة كما يسفر عنه انتهاك لحقوق الإنسان في الدول التي يمارس فيها ويولد شعوراً بعدم القناعة والرضا بما هو متوفر ومتاح والسعي الى الارتفاع بثتى الوسائل سواء كانت شرعية أو غير شرعية نحو حياة الرفاهية متأثراً بما هو دائر حوله من تطورات هائلة في شتى مجالات الحياة.²

والكفاح ضد الفساد لا يكون فقط بسن ووضع التشريعات الوطنية الجزائية الردعية أو بالتوقيع والمصادقة على الإتفاقيات الدولية والإقليمية التي تعمل دائماً على مكافحة الجريمة المنظمة، إنما يكون عبر نشر المعلومات وإطلاع المواطن عليها بالإضافة الى قيام الأفراد بدور ناشط يتمثل في الإهتمام الإعلامي والمعرفة وتكوين الرأي العام والعضوية الفاعلة في مؤسسات المجتمع المدني الأمر الذي ينعكس إيجاباً على الشعور بالثقة بالنفس والإحساس بالجدارة عند الفرد وبالحماسة المتزايدة والمساهمة في مناقشة قضايا الرأي العام بحيث يحدث نشاطه المدني تغييراً في السياسات أو رفعاً للظلم أو كشفاً عن فساد أو تلاعباً بالمال العام.³

وللإعلام دور أساسي يكمن في أنه أداة توعية بظاهرة الفساد فله القدرة على التأثير على مختلف شرائح المجتمع فهو وثيق الصلة بثقافة المجتمع وبإمكانه الوصول الى أكبر شريحة منه خاصة الإعلام السمعي البصري الذي يجذب أغلب إن لم نقل كل شرائح المجتمع لنقله للحدث من موقعه لذلك فهو قادر على توعية الأفراد لإزدراء الفاسدين وخلق بيئة رافضة للفساد ولقدرة الإعلام على إستقطاب أكبر قدر من الجمهور فهو بدوره يوفر فرصة لإستنهاض الرأي العام والتأثير في أنماط السلوك فقد يرفض المجتمع سلوكيات لم يكن ليرفضها لولا الرسالة الإعلامية قد حملتها وأظهرت سلبياتها.⁴

مشكلة الدراسة:

أقرّ مجلس الوزراء في المملكة العربية السعودية في الأول من شهر صفر عام 1428هـ حيثيات وبنود الإستراتيجية الوطنية لحماية النزاهة ومكافحة الفساد، والتي جاءت أهدافها لتعكس رغبة الدولة في إضفاء عنصر الشمولية في الطرح والمعالجة، من خلال التأكيد على حماية النزاهة ومكافحة الفساد بشتى صورته، وتحصين المجتمع السعودي ضد الفساد بالقيم الدينية والأخلاقية والتربوية، وتوجيه المواطن والمقيم نحو التّحلي بالسلوك السليم واحترام النصوص الشرعية والنظامية، وتوفير المناخ الملائم لنجاح خطط التنمية، ولا سيما الاقتصادية والاجتماعية، والإسهام في الجهود المبذولة لتعزيز وتطوير وتوثيق التعاون الإقليمي والعربي والدولي في مجال حماية النزاهة ومكافحة الفساد، وتحقيق العدالة بين أفراد المجتمع وكان من أبرز آليات هذه الإستراتيجية إنشاء هيئة لمكافحة الفساد أطلق عليها "الهيئة الوطنية لحماية النزاهة ومكافحة الفساد"⁵.

وجاءت رؤية المملكة العربية السعودية 2030 لترسم خارطة طريق يتم من خلالها العمل وفق معايير عالية من الشفافية والمساءلة مع الإلتزام بإدارة الموارد المالية بكفاءة واقتدار، وذلك من خلال الإستفادة من الممارسات العالمية لتحقيق أعلى مستويات الشفافية والحوكمة الرشيدة في جميع القطاعات بحيث يشمل ذلك إتخاذ كل ما هو ممكن لتفعيل معايير عالية من المحاسبة والمساءلة⁶، وتأكيداً على ذلك أشار ولي العهد السعودي سمو الأمير محمد بن سلمان بأنه "إن ينجو أي شخص دخل في قضية فساد أياً كان سواء كان أميراً أو وزيراً وأي أحد تتوافر عليه الأدلة الكافية سوف يحاسب"⁷.

وكننتيجة طبيعية للتأثير واسع النطاق الذي تتمتع به وسائل الإعلام كان لزاماً أن يكون لها دوراً بارزاً وهاماً في التصدي للفساد والفاستين، سواء أكان دورها هذا توعوي أم رقابي أم إستقصائي⁸، ونظراً لأهمية الدور الذي يقوم به الإعلام أنطلاقاً من مسؤوليته الاجتماعية في حماية النزاهة ومكافحة الفساد وتوعية الجمهور بضرورة مواجهته والتصدي له فإن الدراسة الحالية تسعى الى التعرف على مدى إدراك القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية السعودية لدورهم في توعية الجمهور بالإستراتيجية الوطنية لحماية النزاهة ومكافحة الفساد.

المفاهيم الإجرائية للدراسة:

- القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية السعودية:

يمكن تعريف القائم بالاتصال بأنه كل من يعمل في بناء وتشكيل الرسالة الإعلامية مهما أختلفت الأدوار والمواقع⁹، ويعني القائم بالاتصال في الدراسة الحالية المشاركون في الإنتاج الإعلامي ممن لهم علاقة ببناء وتشكيل الرسالة الإعلامية في القنوات التلفزيونية السعودية ويشمل ذلك من يرتبط عملهم بالمضمون أو المحتوى بالإضافة الى من يرتبط عملهم بالشكل او القالب البرامجي.

- حماية النزاهة ومكافحة الفساد:

النزاهة في اللغة هي مصدر وأصلها نزه ينزهه نزهة فهو نزيه ونزه الشخص أي تباعد عن كل مكروه أو قبيح وتنزهه عن القبح أي تباعد عنه وتعفف وصان نفسه¹⁰، وقد أرتبط مصطلح النزاهة بالخلق في غالب موارد لارتباطها بتصرف الشخص وسلوكه بناء على أخلاقه الذاتية التي يطلق عليها أسم (الضمير)، وتمدد مصطلح النزاهة ليصل الى كافة جوانب الحياة فتجدده في عصرنا الحالي يرتبط ارتباطاً وثيقاً بالمجال الاقتصادي المالي مقابل مصطلح الفساد، ويدعمه مصطلح الشفافية كمصطلح مرادف له¹¹ والشفافية تعني تدفق المعلومات وعلانية تداولها من خلال مختلف وسائل الإعلام المرئية والمسموعة والمقروءة لكي تسهم في تسهيل المهام المطلوبة ضد مختلف أشكال الفساد وتوفير تواصل المواطنين بصانعي القرار والقائمين على الأمور لتحفيزهم على تطويق ومحاصرة الفساد وإجتثاث جذوره¹²، أما عن مصدر الفساد في اللغة فسد يفسد فساداً، وهو ضد الإصلاح وقال الراغب الفساد هو خروج الشيء عن الاعتدال سواء أكان هذا الخروج عليه قليلاً أو كثيراً وكل إعتداء على الدين أو العقل أو المال أو العرض أو النفس فهو إفساد¹³، والفساد ذات مفهوم مركب له أبعاد متعددة وتختلف تعريفاته باختلاف الرؤية التي ينظر إليه من خلالها، كما يعد فساداً كل سلوك أنتهك أياً من القواعد والضوابط التي يفرضها النظام، كما يعد فساداً كل سلوك يهدد المصلحة العامة وكذلك أي إساءة لاستخدام الوظيفة العامة لتحقيق مكاسب خاصة هذا في القانون الوضعي، أما في الشريعة الإسلامية فالفساد كل ما هو ضد الصلاح¹⁴، وقال تعالى (وَلَا تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ بَعْدَ إِصْلَاحِهَا)¹⁵، وقال تعالى (إِذَا تَوَلَّى سَعَى فِي الْأَرْضِ لِيُفْسِدَ فِيهَا وَيُهْلِكَ الْحَرْثَ وَالنَّسْلَ) وَاللَّهُ لَا يُحِبُّ الْفُسَادَ¹⁶.

الإطار النظري للدراسة: نظرية المسؤولية الاجتماعية:

بدأ المفكرون والإصلاحيون في المجتمعات الديمقراطية خلال القرن العشرين يعبرون عن سخطهم فيما يتعلق بنظرية الحرية، لأن عدداً من المبادئ الرئيسية في النظرية في إعتقاد هؤلاء المفكرين هي مبادئ مبنية على قواعد غير سليمة، كما ان بعضاً من المفاهيم وكثيراً من وسائل الاتصال في تغيير دائم، وهذه التغييرات المستمرة جعلت العلماء في القرن العشرين يبتعدون عن تأييدهم لنظرية الحرية، ونظرية الحرية مبنية على الإعتقاد بأن الإنسان ذكي وموضوعي وقادر على إتخاذ القرارات لنفسه ولكن علماء النفس اليوم يدعون أن الإنسان لا يملك المقدرة على التفرقة بين الحقيقة والدعاية الذكية، وأعتقد المفكرون في القرن العشرين أن وسائل الاتصال المختلفة يجب أن تظل حرة ومع ذلك فهذه الوسائل عليها أن تواجه مسؤوليات مهمة في المجتمع الذي تعمل به¹⁷.

ومن هنا يمكن القول ان نظرية المسؤولية الاجتماعية التي تطورت في القرن العشرين ليست إلا إمتداداً للنظرية الليبرالية التي سبقتها في الظهور، وأن تلك النظرية تحدد دوراً هاماً لوسائل الإعلام في المجتمع وأن ذلك الدور يتضمن في تفاصيله فكرة الحقوق الإعلامية، فحينما تقوم وسائل الإعلام بنشر وبث المعلومات والمناقشات والآراء، وحينما تعكس القيم والاتجاهات والمصالح والقوى السائدة في المجتمع فأنها تستجيب بذلك لحقوق إعلامية للمتلقي من ناحية كما تخدم النظام السياسي للمجتمع في الوقت نفسه¹⁸.

وقد ظهرت نظرية المسؤولية الاجتماعية في الولايات المتحدة الأمريكية عندما سادت الدعوة بأن الصحافة ينبغي أن تتحمل المسؤولية تجاه الجمهور وهذا النهج النظري ناتج عن أخلاقيات الإعلام والبرهنة حيث أعرب روبرت هيتشينز (رئيس لجنة حرية الصحافة) عن قلقه إزاء أخلاقيات الاتصال في ثقافات وسائل الإعلام الليبرالية، وأعتقد أتباع النظرية أن وسائل الإعلام يجب أن تساهم في تحسين المجتمع وتم الاعتراف بها على نطاق واسع من قبل الممارسين الإعلاميين والباحثين منذ إنعقاد لجنة حرية الصحافة في عام 1947م حيث أعربت اللجنة المعنية بالصحافة الحرة والمسئولة عن رأي مفاده أنه ينبغي على الصحافة أن تقدم وصفاً صادقاً وشاملاً وذكياً للأحداث في سياق ذات معنى ودلالة وأن تكون بمثابة منتدى لتبادل التعليقات والنقد وأن تمثل الجماعات المكونة للمجتمع وأن تساهم في توضيح أهداف المجتمع وقيمه.19

ويرى أصحاب هذه النظرية أن الحرية حق وواجب ومسئولية في نفس الوقت ومن هنا يجب أن تقبل وسائل الإعلام القيام بالتزامات تجاه المجتمع ويمكنها القيام بهذه الالتزامات من خلال مستويات أو معايير مهنية للإعلام مثل الصدق والموضوعية والدقة²⁰، فنظرية المسؤولية الاجتماعية تركز على التوازن بين الحرية والمسئولية وتقوم على مبدئين هما الالتزام الذاتي للإعلاميين بأخلاقيات العمل الإعلامي والالتزام الاجتماعي للإعلام في تغطية الأحداث الجارية.21

ويخلص ماكويل (Mcquail) المبادئ الأساسية لنظرية المسؤولية الاجتماعية فيما يلي:

- أن وسائل الإعلام يجب أن تقبل وتفي بالتزامات معينة تجاه المجتمع.
 - ينبغي على وسائل الإعلام الوفاء بهذه الالتزامات بشكل أساسي من خلال مراعاة معايير عالية ومهنية لنقل المعلومات مثل الحقيقة والدقة والموضوعية والتوازن.
 - ان تعتمد وسائل الإعلام في قبولها وتطبيقها لهذه الالتزامات على إطار من التنظيم الداخلي يكفل الالتزام بالقانون وسياسات المؤسسة الإعلامية.
 - أن تتجنب وسائل الإعلام تقديم المحتوى المسيء الذي يؤدي الى الجريمة أو العنف أو الإضرار المدني أو إلحاق الأذى بالأقليات.
 - وسائل الإعلام يجب أن تكون تعددية وان تعكس الاختلافات المجتمعية مع إتاحة الفرصة للتعبير عن وجهات النظر المختلفة وإتاحة حق الرد.
 - للمجتمع والجمهور الحق في توقع مستويات عالية من الأداء لوسائل الإعلام ويمكنه التدخل لحماية الصالح العام إذا كان لذلك ما يبرره.
 - أن القائم بالاتصال مسئول أمام المجتمع وأمام الجمهور.22
- ويرى بعض الباحثين أن من أهم الأسباب التي قد تؤدي الى عدم تطبيق نظرية المسؤولية الاجتماعية بمبادئها ومعاييرها:

1- النزعة الربحية في إقتصاديات الإعلام.

2- نفوذ جماعات الضغط والمصالح.

3- الاهتمام بالوظيفة الترفيحية وسوء استخدامها.²³

وتعد وسائل الإعلام بمختلف أشكالها التقليدية والجديدة في الوقت الحالي هي العين الفاحصة والتي ترصد وتعكس حقيقة ما يجري على أرض الواقع في كل مجتمع، الأمر الذي يتطلب إعطاء الإعلام قدرًا من الحرية حتى يستطيع التحرك مع احترام الإعلاميين لهذه الحرية في البحث عن الحقائق والوصول الى مجتمع نزيه بعيداً عن المصالح الشخصية، ومن هنا تقع على وسائل الإعلام مسؤولية تاريخية في مكافحة الفساد في المجتمع والتصدي له بجميع أشكاله وشتى صورته²⁴، ومما سبق يتضح أن نظرية المسؤولية الاجتماعية هي الإطار النظري الأنسب لموضوع الدراسة الحالية وفي إطارها تسعى الدراسة الى التعرف على مدى إدراك القائمين بالاتصال في القنوات التليفزيونية السعودية لدورهم في توعية الجمهور بالإستراتيجية الوطنية لحماية النزاهة ومكافحة الفساد.

أهمية الدراسة:

تستمد الدراسة الحالية أهمية كبيرة للأسباب التالية:

1- أن الفساد آفة تعوق محاولات التقدم وتعرقل جهود التنمية ولا تقتصر آثاره على بعض مناحي الحياة دون البعض الآخر وإنما تمتد آثاره السلبية الى كافة مناحي الحياة في المجتمع، مما دفع الكثير من الدول الى السعي الى مكافحته والتصدي له.

2- الحرص الذي توليه المملكة العربية السعودية على مشاركة المجتمع الدولي اهتمامه بمحاربة الفساد، حيث كان من بين التزامات رؤية 2030 للمملكة العربية السعودية العمل على حماية النزاهة ومكافحة الفساد.

3- السمات التي تميز القنوات التليفزيونية عن غيرها من وسائل الإعلام المقروءة والمسموعة حيث أنها تجمع بين عناصر التأثير الثلاثة الصوت والصورة والحركة بما يجعلها الوسيلة الأنسب لمخاطبة كافة أفراد الجمهور مهما اختلفت فئاته وخصائصه ولما لها من قدرة على تسجيل الاحداث من مواقعها بالصوت والصورة كما أن للقنوات التليفزيونية تأثير فعال في تكوين آراء الجمهور وتشكيل وعيه وتعديل اتجاهاته.

4- أن القائمين بالاتصال في القنوات التليفزيونية هم المعنيين ببناء وتشكيل الرسالة الإعلامية من حيث الشكل والمضمون مما يعظم من الدور المنوط بهم في توعية الجمهور بالقضايا المتصلة بحماية النزاهة ومكافحة الفساد من منطلق مسؤوليتهم الاجتماعية.

أهداف الدراسة:

1- قياس مدى متابعة القائمين بالاتصال في القنوات التليفزيونية السعودية للأخبار التي تتناول حماية النزاهة ومكافحة الفساد في مصادر المعلومات المختلفة.

- 2- التعرف على أسباب متابعة القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية السعودية للأخبار التي تتناول حماية النزاهة ومكافحة الفساد.
- 3- التعرف على المصادر التي يفضلها القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية السعودية لمتابعة الأخبار التي تتناول حماية النزاهة ومكافحة الفساد.
- 4- الكشف عن اتجاهات القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية السعودية نحو الاستراتيجية الوطنية لحماية النزاهة ومكافحة الفساد.
- 5- قياس مدى إدراك القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية السعودية لمسئوليتهم الاجتماعية عن توعية الجمهور بالقضايا المتعلقة بحماية النزاهة ومكافحة الفساد.
- 6- التعرف على مظاهر الفساد التي تستحق أن توليها القنوات التلفزيونية السعودية اهتمام بشكل أكبر عند تناول قضايا حماية النزاهة ومكافحة الفساد كما يراها القائمين بالاتصال.
- 7- التعرف على مقترحات القائمين بالاتصال لتعزيز دور القنوات التلفزيونية السعودية في توعية الجمهور بقضايا حماية النزاهة ومكافحة الفساد.

مراجعة الدراسات السابقة:

أمكن حصر عدد من الدراسات السابقة في الأدبيات البحثية ذات الصلة بالمجال الموضوعي للدراسة الحالية، وقام الباحث بتصنيفها تحت ثلاث محاور أساسية كما يلي:

أولاً: الدراسات التي تناولت القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية:

هدفت دراسة عبد الله عمران (2021)²⁵ إلى التعرف على طبيعة الأيديولوجيا الحاكمة لعملية الإنتاج الإخباري التلفزيوني، والكشف عن العوامل المؤثرة على القائم بالاتصال في البيئة الإعلامية التقليدية، والفرق بينه وبين القائم بالاتصال في البيئة الرقمية، وأشارت نتائج الدراسة إلى تعدد العوامل المؤثرة في أيديولوجيا الإنتاج الإخباري التلفزيوني في ظل التنافسية الرقمية المتسارعة ما بين «الأيديولوجيا الفكرية والممارسة السياسية للسلطة، ونمط ملكية القنوات ومصدر تمويلها، وكذلك القيود التشريعية والقانونية».

وسعت دراسة بسام المكاوي & عمرو عبد الحميد (2021)²⁶ إلى الكشف عن تطبيقات الذكاء الاصطناعي المستخدمة بالمؤسسات الإعلامية الإماراتية والدور الذي تقوم به هذه التطبيقات في تطوير العمل الإعلامي بها، وأشارت نتائج الدراسة إلى جهل نسبة غير قليلة من الإعلاميين بالإعتماد على تقنيات الذكاء الاصطناعي بمؤسساتهم من عدمه وهو ما يعكس ضعف استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي داخل المؤسسات الإعلامية الإماراتية.

وركزت دراسة نها غالي (2021)²⁷ على رؤية القائم بالاتصال بالإعلام الإقليمي للتكنولوجيا الرقمية وأجهزته نحو توظيفها في ممارسته المهنية للعمل الإعلامي، وأشارت نتائج الدراسة إلى عدم وجود فروق دالة إحصائية بين العاملين بالإذاعات والقنوات التلفزيونية من القائمين بالاتصال في استجاباتهم لاسئلة مقاييس مدى توظيف التقنيات التكنولوجية الرقمية بوسائل الإعلام الإقليمية والاتجاه نحوها.

وسعت دراسة أحمد فتحي & حسين رشيد (2021) 28 الى رصد وقياس أبعاد السياسة الإعلامية في القنوات الفضائية الموجهة من وجهة نظر القائم بالاتصال وأشارت نتائج الدراسة الى أن السياسة الإعلامية للقنوات الفضائية الموجهة تهتم بالجمهور وتعدده شريك إيجابي وليس مجرد متلقي سلبي.

وهدفت دراسة عبير حمدي (2021) 29 الى التعرف على أثر التغيير والتحسين في الأداء الإعلامي للقنوات الفضائية المصرية من خلال وجود القيادة التحويلية من منظور القائم بالاتصال، وأشارت نتائج الدراسة الى وجود علاقة إيجابية ذات دالة إحصائية بين وجود القيادة التحويلية وتحسين الأداء الإعلامي.

وسعت دراسة ولاء الناغي & هبة مصطفى (2020) 30 الى التعرف على العوامل المؤثرة على إدراك القائم بالاتصال لأدواره الإعلامية وعلاقته بالسلطة المحلية، وأشارت نتائج الدراسة الى أن القائم بالاتصال في وسائل الإعلام المحلية يواجه العديد من الضغوط أثناء قيامه بالكشف عن قضايا الفساد المحلي ولكن أكثرها تأثيراً على إدراكه لدوره الضغوط الذاتية والتي جاءت ممثلة في إنخفاض الدخل وضعف الخبرة والخلفية الثقافية للقائم بالاتصال.

وهدفت دراسة أمين منصور (2020) 31 الى التعرف على أنواع ومصادر الضغوط على القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية، وأشارت نتائج الدراسة الى أن أعلى أنواع الضغوط هي الضغوط السياسية (الملكية والرقابة) بوزن نسبي (73.4%) يليها الضغوط الاقتصادية بوزن نسبي (72.6%)، كما أشارت النتائج الى أن أهم أسباب الضغوط في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية عدم الاستقرار وفقدان الأمن بوزن نسبي (85%).

وسعت دراسة غادة عبد الرحمن (2020) 32 الى رصد وتحليل استراتيجيات القائم بالاتصال بالقنوات الفضائية الحكومية والخاصة في التصدي للشائعات وآليات التدقيق والتحري التي يتبعها القائم بالاتصال بالقنوات الفضائية الحكومية والخاصة قبل نشر الاخبار لضمان عدم الترويج للشائعات، وأشارت نتائج الدراسة الى ارتفاع درجة التزام القائم بالاتصال في القنوات الفضائية الحكومية والخاصة بالمعايير الأخلاقية والمهنية أثناء تصديهم للشائعات.

وهدفت دراسة علا عبد الراضي (2020) 33 الى التعرف على العوامل المؤثرة في الأداء المهني للقائم بالاتصال بوسائل الإعلام الإقليمية في ظل الثورة التكنولوجية، وأشارت نتائج الدراسة الى أن تأثير التكنولوجيا على الأداء الإعلامي كان تأثيراً إيجابياً.

وسعت دراسة محسن الكناني (2019) 34 الى الكشف عن الدوافع والأسباب التي تدفع القائم بالاتصال في القنوات الفضائية العراقية والعربية والأجنبية الى تزيف وتضليل المضامين الإعلامية، وأشارت نتائج الدراسة الى وجود علاقة طردية متوسطة بين المستوى التعليمي للبحوث وقيامه بتزيف المضامين الإعلامية.

وهدفت دراسة محمد صلاح (2018) 35 الى التعرف على العوامل المؤثرة في بناء أجندة القائمين بالاتصال في قناة اكسترا نيوز الإخبارية الخاصة، وأشارت نتائج الدراسة الى أن القائمين بالاتصال في قناة اكسترا نيوز يرون أن التشريعات والقوانين المصرية لها تأثير في

بناء أجدتهم وذلك من خلال مساعدتهم بالمقام الأول على معرفة الحدود القانونية الملزمة للمؤسسات الإعلامية في العمل الإعلامي، يليه أنها تساعدهم في معرفة حقوقهم وواجباتهم، ثم أنها تساعدهم في تنظيم العلاقة القانونية بينهم وبين القناة التي يعملون بها.

وسعت دراسة علاء عبد العاطي (2018)³⁶ الى التعرف على طبيعة تعامل القائمين بالاتصال في القنوات الفضائية الحكومية والخاصة مع تويتر ومدى الثقة في معلوماته وتقييمهم لمصداقيته، وأشارت نتائج الدراسة الى أنه فيما يتعلق بمصادر المعلومات الإعلامية والاتصالية فقد تصدر تويتر درجة تعامل المبحوثين مع مختلف مصادر المعلومات الاتصالية والإعلامية وتفرد بالمصدر المعلوماتي الوحيد الذي حقق متوسطاً حسابياً مرتفعاً بينها.

وهدف دراسة محمد الصبيحي (2017)³⁷ الى التعرف على الأدوار الوظيفية والمهنية التي يضطلع بها الإعلاميين السعوديين في ظل التحولات الجديدة التي تشهدها البيئة الرقمية، وأكد الإعلاميون السعوديون على أن البيئة الرقمية قد غيرت في طبيعة الممارسة الإعلامية وقد أعتمدوا في مواكبة تطورات البيئة الإعلامية الرقمية على جهدهم الخاص سواء بالتعلم الذاتي أو من خلال الالتحاق بدورات تدريبية مهنية في مجال العمل.

وسعت دراسة شارع البقمي (2015)³⁸ الى التعرف على اتجاهات الإعلاميين في وسائل الاعلام السعودية نحو مصداقية المتحدث الرسمي في المؤسسات الحكومية السعودية، وأشارت نتائج الدراسة الى تعدد مصادر الحصول على المعلومات وجاء في المركز الأول فئة المسؤولين يليها المتحدثين الرسميين مما يشير الى أهمية المتحدث الرسمي كمصدر للمعلومات.

وهدف دراسة فوزية عبد الله آل علي (2015)³⁹ الى رصد وتحليل اتجاهات كل من الإعلاميات والجمهور من النساء إزاء الأداء الإعلامي للقنوات الفضائية الإماراتية، وأشارت النتائج الى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين كل من الإعلاميات وجمهور المرأة العام تجاه الأوصاف التي تنطبق على القنوات الفضائية الإماراتية.

وسعت دراسة منال أبو الحسن (2012)⁴⁰ الى التعرف على دور القائم بالاتصال في وسائل الإعلام المختلفة في تحقيق المسؤولية الاجتماعية فيما يخص قضايا المواطن، وأشارت نتائج الدراسة الى أن قضايا المواطنة الأكثر أهمية للتناول الإعلامي لدى القائم بالاتصال ولدى المؤسسة التي يعمل بها هي القضية الأمنية مما يوضح مدى أهمية الجانب الأمني في المرحلة الانتقالية من تاريخ مصر بعد الثورة.

وهدف دراسة إيناس أبو يوسف (2012)⁴¹ الى رصد اتجاهات الصحفيين في الصحف القومية والإعلاميين باتحاد الإذاعة والتلفزيون نحو إعادة هيكلة إعلام الدولة ووضع رؤية لمستقبل الإعلام المصري، وأشارت نتائج الدراسة الى رفض الإعلاميين التبعية للسلطة التشريعية ممثلة في مجلس الشورى والسلطة التنفيذية ممثلة في وزارة الإعلام وأقترحوا تشكيل مجلس مستقل يدير شؤون الإعلام في إطار التنظيم الذاتي للإعلام أطلقوا عليه المجلس القومي للإعلام.

وسعت دراسة صفا عثمان (2011)⁴² الى وصف طبيعة تناول البرامج الحوارية التلفزيونية للقضايا المثارة في المجتمع المصري من خلال الإعلام الحكومي والإعلام الخاص بعد أحداث ثورة 25 يناير 2011م في إطار مقارن للكشف عن تأثير الملكية على أداء القائم بالاتصال، وأشارت نتائج الدراسة الى تفوق الإعلام الخاص على الإعلام الحكومي حتى بعد قيام ثورة 25 يناير التي كان من أحد مطالبها حرية الرأي والتعبير.

وهدفت دراسة فوزية عبد الله آل علي (2008)⁴³ الى التعرف على دور القائم بالاتصال في تبني البرامج الحوارية التلفزيونية لمسئوليتها تجاه المجتمع في دولة الإمارات، وأشارت نتائج الدراسة الى أن نسبة (73.3%) من أفراد العينة رأيت أن البرامج الحوارية ذات أهمية لأنها تعكس الواقع في الدولة في المركز الأول بينما أشارت نسبة (43.2%) لأنها تعمل على الترفيه في المركز الثاني، وأشارت نسبة (31.6%) لأنها تعمل على التوعية في المركز الثالث.

ثانياً: الدراسات التي تناولت نظرية المسؤولية الاجتماعية:

هدفت دراسة Mushabab Al-asmari (2021)⁴⁴ الى التعرف على أثر شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية قيم المسؤولية الاجتماعية لدى الشباب في المجتمع السعودي، وأشارت نتائج الدراسة الى وجود التزام قيمي تجاه برامج وخطط التنمية لا سيما على المستوى المحلي والمساهمة والتعاون في الفعاليات والأنشطة الوطنية ومشاركة الوقت والفكر في المجموعات التطوعية في المجتمعات الافتراضية.

وسعت دراسة وجدي حلمي (2021)⁴⁵ الى التعرف على المسؤولية الاجتماعية والأمنية لوسائل الإعلام السعودي بكل أنواعها في مواجهة التدخل الخارجي في شئون المملكة الداخلية وأثر ذلك على تحقيق أهداف التنمية المستدامة، وأشارت نتائج الدراسة الى وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين دور وسائل الإعلام السعودي في مواجهة التدخل الخارجي في الشئون الداخلية للمملكة العربية السعودية ودرجة الرضا عن هذه الوسائل.

وهدفت دراسة مهيرة عماد (2021)⁴⁶ الى رصد وتحليل خصائص وسمات الخطاب الصحفي المصري إزاء دور الدولة ومؤسساتها في التصدي للإرهاب الإلكتروني، وأشارت نتائج الدراسة الى تنوع الاطروحات ما بين تصحيح المفاهيم المغلوطة مثل أن الهدف من مراقبة وزارة الداخلية لمواقع التواصل الاجتماعي هو مكافحة الإرهاب الإلكتروني وليس التجسس على المواطنين أو التدخل في خصوصياتهم، كما شملت الاطروحات لفت الانتباه لضرورة تسليح العلماء والدعاة بأسلحة من جنس ما يتسلح به الأعداء من تقنيات إلكترونية حديثة.

وركزت دراسة Rachel Khan (2020)⁴⁷ على التغطية الإعلامية الفلسطينية لقضايا الأطفال وأشارت نتائج الدراسة الى وجود نسبة ضئيلة من الانتهاكات الأخلاقية عند تناول قضايا القصر، وفي الوقت نفسه هناك نمواً في الاخبار الجيدة التي تناولت قضايا أخرى متعلقة بالأطفال مثل الاستعداد للكوارث والتعليم.

وهدفت دراسة رباب صلاح (2020)⁴⁸ الى الكشف عن تقييم النخبة الإعلامية لأداء وسائل الإعلام في إدارة أزمة كورونا في إطار نظرية المسؤولية الاجتماعية، وأشارت نتائج الدراسة الى وجود علاقة ارتباطية موجبة ودالة حصائياً بين تقييم النخبة الأكاديمية لمدى إلتزام وسائل الإعلام بمسئوليتها الاجتماعية نحو الجمهور في تغطية أزمة كورونا ومستويات التعرض المختلفة لوسائل الإعلام لمتابعة هذه الازمة.

وسعت دراسة منال عبده (2020)⁴⁹ الى توصيف العلاقة بين إدراك الفتاة الجامعية لمفهوم المسؤولية الاجتماعية المقدم ببرامج المرأة في القنوات الفضائية ومستوى مشاركتها السياسية، وأكدت نتائج الدراسة على وجود علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين إدراك الفتيات لمفهوم المسؤولية الاجتماعية المقدم ببرامج المرأة ومستويات المشاركة السياسية.

وهدفت دراسة حسين خليفة & محمد شكري (2020)⁵⁰ الى رصد وتحليل أبعاد المسؤولية الاجتماعية للبرامج الحوارية في التليفزيون البحريني في تناول أداء السلطة التشريعية، وأشارت نتائج الدراسة الى أن البرامج الحوارية كان لديها إلتزام كبير بمسئوليتها الاجتماعية عند تناول الأداء التشريعي على كافة أبعاد مقياس المسؤولية الاجتماعية.

وسعت دراسة غادة البطريق (2019)⁵¹ للوقوف على مدى وعي الإعلاميين بدورهم في تشكيل الاتجاهات نحو المرأة بما يتوافق مع رؤية 2030 للمملكة العربية السعودية، وأكدت نتائج الدراسة على اهتمام الإعلاميين السعوديين بمتابعة رؤية 2030 للمملكة العربية السعودية وآليات تنفيذها وذلك بنسبة 100%، كما عكست نتائج الدراسة اهتمام الإعلاميين السعوديين بتشكيل صورة المرأة بما يتوافق مع رؤية 2030 للمملكة العربية السعودية بنسبة 77.9%.

وهدفت دراسة بسنت عطية (2019)⁵² الى قياس مدى معرفة الجمهور المصري بالمجموعات العرقية وكيف تؤثر التغطية الإعلامية الخاصة بالمجموعات العرقية في شعور أفرادها بالانتماء الى مصر، وأكدت نتائج الدراسة على التصور السلبي لأفراد الجمهور المصري عن الإعلام المصري حيث أشاروا الى أنه إعلام مضلل وغير عادل وغير دقيق مما خلق فجوة بينهم وبينه، وأشارت نسبة (21.3%) من أفراد العينة الى أنهم لا يعرفون كلمة مجموعة عرقية وأن نسبة (24.3%) لا يعرفون المجموعات العرقية التي تعيش في مصر.

وسعت دراسة إيهاب حمدي (2018)⁵³ الى التعرف على الإطار الإعلامي الذي استخدمته كلاً من القنوات الوطنية والمعادية خلال قيامها بتغطية أخبار العملية الشاملة سيناء 2018 للقضاء على كافة الاوكار الإرهابية، وأشارت نتائج الدراسة الى أن القنوات المعادية حاولت تصوير العملية الشاملة في إطار المؤامرة على سيناء بدون ذكر أي تفاصيل أو أدلة بتكرار 80% بينما تم اعتبارها محاولات للتبرير والالهاء بنسبة 20% على نحو يؤكد التجاوز الذي تقوم به القنوات المعادية لكل القيم المهنية والمواثيق الأخلاقية.

وهدفت دراسة Geoffrey Wagner (2017)⁵⁴ الى التعرف على مدركات طلاب المرحلة الثانوية عن مسؤولية وسائل الإعلام الاجتماعية والتسلط عبر الانترنت وطبقت الدراسة على

عينة مكونة من (105) من طلاب الصف التاسع في مدرسة ثانوية في ولاية كارولينا الجنوبية وأظهرت النتائج أن معظم الطلاب قدموا أمثلة على الاستخدام المسئول لوسائل الإعلام الإجتماعية وكان معظمهم على بينة بالضرر الذي يسببه الاستخدام السيء لمواقع التواصل الإجتماعي لأقرانهم.

وسعت دراسة مصطفى النمر (2017) ⁵⁵ الى التعرف على العلاقة بين مستوى وعي أخصائي الإعلام التربوي بمخاطر بثّ الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي على الأمن المجتمعيّ ومسئولياته الاجتماعية في التصدي لها، وأشارت نتائج الدراسة الى أنّ المستوى المرتفع فيما يتعلق بوعي أخصائي الإعلام التربويّ بمسئولياته الاجتماعية في التصدي للشائعات من خلال الأنشطة الإعلامية المدرسية جاء في الترتيب الأول بنسبة 70.5%، يليه في الترتيب الثاني المستوى المتوسط بنسبة 29.5%، في حين لم يوجد بين المبحوثين أفراد وعيهم منخفض.

وتناولت دراسة نشوة عقل (2017) ⁵⁶ إدراك الطلاب الدارسين لعلوم الاتصال الجماهيري للمعايير المهنية في الأداء الإعلامي وكذلك إدراكهم لمفهوم المسؤولية الاجتماعية للإعلام مثل دوره التنموي ودوره في كشف الفساد والانحراف واحترام الإعلام لحق المجتمع في إدارة العدالة والحفاظ على مقومات التماسك الاجتماعي والامن القومي والحرية المسؤولة في نقل المعلومات وذلك بشكل مقارن بينهم وبين الخبراء الممارسين للعمل الإعلامي، وأشارت نتائج الدراسة الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الإعلام والممارسين للمهنة من حيث إدراكهم للمسؤولية الاجتماعية للإعلام.

وهدفت دراسة Susan Mello & Andy Tan (2016) ⁵⁷ الى التعرف على تأثير تطير وسائل الإعلام لقضايا الصحة البيئية على آراء الأمهات فيما يتعلق بالمسؤولية عن معالجة المخاطر البيئية على صحة الأطفال وسلوكياتهم الوقائية، وتم إجراء تحليل للمحتوى لعينة مكونة من (474) قصة إعلامية حول تعرض الأطفال للمواد الكيميائية البيئية على مدى ستة أشهر من سبتمبر 2012 وحتى فبراير 2013 وتبين أن القصص الإعلامية تنسب المسؤولية في أغلب الأحيان الى الأباء على الرغم من وجود اختلافات كبيرة بين المصادر الإعلامية، وتم إجراء دراسة استقصائية على عينة قوامها (819) من الأمهات وكشفت أن استخدامهم للمواقع الالكترونية مرتبط بشكل كبير بإحساسهم بالمسؤولية الاجتماعية.

وسعت دراسة حنان كيلاني (2016) ⁵⁸ الى التعرف على مدى التزام البرامج الحوارية في القنوات الفضائية التليفزيونية المصرية بأخلاقيات الممارسة المهنية للقائم بالاتصال، وأشارت نتائج الدراسة الى أن برنامج بيت العائلة أحتل المركز الأول في الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية تجاه الفرد والمجتمع وذلك لالتزام القائم بالاتصال بالمبادئ المهنية الواجب توافرها في العمل الإعلامي.

وهدفت دراسة مروى ياسين (2016) ⁵⁹ الى قياس مستوى الضبط المهني والشرعي في معالجة الخطاب الديني للمضمون السياسي بالقنوات الفضائية الإسلامية، وأشارت نتائج الدراسة الى أن القائمين بالاتصال أشاروا الى تحقق بعض الإخفاق المهني وخاصة في

المعالجات المتحيزة والاختيار المتحيز للضيوف تلاها عدم قدرة مقدمي البرامج على تفسير وتوضيح المعنى والتناول الوافي لكافة أركان القضايا المطروحة.

وسعت دراسة عبد الصادق حسن (2015)⁶⁰ الى التعرف على اتجاهات المراهقين في مصر والبحرين نحو برامج تليفزيون الواقع في الفضائيات العربية، وأشارت نتائج الدراسة الى أن اتجاهات المراهقين نحو التزام برامج تليفزيون الواقع بالمسئولية الاجتماعية تمثلت في أنها تركز على انتشار الشائعات والأكاذيب، وعلى قضايا الإثارة والعنف، وتسلب الضوء على المشاكل الحقيقية التي تواجه المراهقين والشباب، وتناقش العديد من القضايا المحظورة التي لا تناقشها البرامج الأخرى، وتقدم لغة مبتذلة وتحرص على انتشارها.

وهدفت دراسة انتصار محمد (2015)⁶¹ الى الوقوف على انعكاسات التأهيل والتدريب للقائم بالاتصال في مجال الإعلام التربوي على إدراك أبعاد المسئولية الاجتماعية للإعلام التربوي، وأظهرت نتائج الدراسة اتجاهات ايجابية نحو تقييم برامج التأهيل في مقررات الإعلام العام وكذلك المقررات في الإعلام التربوي باعتبارها كافية ومهمة في البرنامج وهو ما يشير الى نجاح برنامج التأهيل لتخريج اخصائي الإعلام التربوي.

وسعت دراسة مي أبو السعود (2015)⁶² الى التعرف على ما تحويه الدراما التليفزيونية المذاعة في شهر رمضان من تجاوزات وعدم التزام واضح بمعايير المسئولية الاجتماعية التي يجب أن تلتزم بها الدراما التليفزيونية وأشتملت عينة الدراسة على ثلاث مسلسلات تليفزيونية وهي مسلسلات سجن النساء وأبن حلال ودلع بنات وأشارت نتائج الدراسة الى أنه أرتفع عدم التزام المسلسلات عينة الدراسة بأبعاد المسئولية الاجتماعية والأخلاقية والمهنية وهو ما يتطلب فرض عقوبات رادعة لوقف مهزلة التدني بمستوى التناول الدرامي.

وركزت دراسة دينا يحيى (2015)⁶³ على رصد القدرات التقويمية لدى طلاب كليات وأقسام الإعلام بالجامعات المصرية الحكومية والخاصة للأداء المهني لبرامج التوك شو التليفزيونية، وأشارت نتائج الدراسة الى أن أهم نقاط الضعف التي يراها المبحوثين في برامج التوك شو جاءت كما يلي الإختيار غير الموفق للشخصيات المستضافة إما لعدم ملاءمتها لموضوع البرنامج أو لتكرار الإستضافة وكذلك عدم وضوح الخلاصة من الحوار والهدف الذي يجري من أجله، وعدم تحقق سمة الحياد في تناول الآراء المختلفة بالقدر الكافي كذلك إفتقار المشاركة الجماهيرية الى الصدق، وتراجع سمات حسن التصرف في المواقف الطارئة والتوازن في الانفعال فيما يتعلق بسمات مقدم البرامج بالإضافة الى عدم الوعي بحدود استخدام لغة الجسد بشكل سليم، وتراجع الدور الوظيفي للبرامج فيما يتعلق بالتعبير عن الثقافات المختلفة وتناول مشكلات الفئات والشرائح الاجتماعية المختلفة والإدارة الجيدة للأزمات، وتراجع الدور الوظيفي تجاه الفرد فيما يتعلق بدعم ثقافة الحوار وتقبل الأخر والإرتقاء بالذوق العام.

وهدفت دراسة إبراهيم الخصاونة (2014)⁶⁴ إلى التعرف على تأثير المحطات التليفزيونية الأردنية الخاصة على طلبة الجامعات من خلال تنمية اتجاهات الولاء لديهم ومعرفة الدور الذي تقوم به تلك المؤسسات في تجسيد المسئولية الاجتماعية، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن محطات التلفزة الخاصة أصبحت تشكل بالنسبة لطلبة الجامعات الأردنية مصدرًا من مصادر

الحصول على الأخبار والمعلومات وتنافس وسائل الإعلام التقليدية والصحافة الإلكترونية، وتبين أنّ محطات التلفزة الخاصة ساهمت في تشكيل آراء طلبة الجامعات الأردنية واتجاهاتهم وحثهم على المشاركة في مختلف الأنشطة؛ وهذا له ارتباط وثيق بالمسؤولية الاجتماعية التي ينبغي عليها الالتزام بها تجاه من تستهدفهم ببرامجها.

وسعت دراسة ميرال صبري (2014)⁶⁵ الى التعرف على اتجاهات القائمين بالاتصال نحو تأثير المرحلة الانتقالية على الصحفيين فيما يتعلق بمفهوم حرية الصحافة وآليات الممارسات المهنية وأشارت نتائج الدراسة الى عدم وجود فروق دالة احصائياً بين المبحوثين حسب نمط ملكية الصحف في درجة تقييمهم لحيات الصحافة في مصر، وعدم وجود فروق دالة احصائياً بين المبحوثين حسب نمط ملكية الصحف في درجة استفادتهم من تقارير المجلس الأعلى للصحافة.

وركزت دراسة ثريا البدوي (2013)⁶⁶ على رصد مدى إسهام الوسائل الإعلامية المصرية في تحقيق معايير الحوكمة الإعلامية من منظور مجتمعي (المسؤولية الاجتماعية للوسيلة) والوقوف على مفهوم النخبة نحو طرق تنظيم الأداء الإعلامي في وسائل الإعلام المصرية ورصد أطروحات خطابيات النخبة من حيث الأسباب والنتائج والحلول المقترحة والأطر المرجعية والقوى الفاعلة ومن ثم التعرف على مدى تحقق وتدعيم قيم الإعلام الرشيد في وسائل الإعلام المصرية في الخطابيات التي تعالج " الأخر " وذلك في إطار مفهوم المسؤولية الاجتماعية للوسيلة نحو المجتمع وتمثلت عينة الدراسة في عدة صحف مصرية عكست أنماط مختلفة من الملكية وأشارت نتائج الدراسة الى أنه فيما يتعلق بتصورات النخبة لقيم الإعلام الرشيد أتضح اتفاق النخب متعددة الاتجاهات والابدلوجيات على معاناة المنظومة الإعلامية في مصر من الهيمنة السياسية والاقتصادية وعدم المهنية.

وتناولت دراسة نهى العبد (2013)⁶⁷ حالة الفوضى الإعلامية والانتهاكات المختلفة التي سادت تناول الموضوعات السياسية وانتقادها بعد الثورة في البرامج الحوارية العربية وتأثيراتها على الجمهور وتم إجراء دراسة ميدانية للوقوف على رأي الجمهور في هذه المعالجات الإعلامية ودراسة على القائم بالاتصال لمعرفة تقييمه لمدى تطبيق القواعد المهنية في البرامج الحوارية وأهم الضغوط والقيود التي يتعرض لها في تغطية الاحداث المتسارعة في أعقاب الثورات العربية، وأظهرت نتائج الدراسة التأثير المتزايد للبرامج الحوارية كمصدر لإستقاء المعلومات اليومية خاصة في فترات الأزمات وفي أعقاب الثورات التي مرت بها عدة بلدان عربية مما يرمي بظلاله على خطورة الدور الذي تضطلع به البرامج الحوارية خاصة في ظل ارتفاع هامش الحرية بهذه البرامج وتعاضم تأثيرها مع رصد العديد من الانتهاكات التي تمارسها وتؤثر بالسلب على مناخ السلم الاجتماعي.

وهدفت دراسة حازم البنا (2008)⁶⁸ الى التعرف على ملامح رؤية الجمهور المصري لأخلاقيات الإعلام في الفضائيات العربية الخاصة (الإخبارية، الغنائية، الإعلان، الحوار والدرشة، السحر والدجل والشعوذة)، وأشارت نتائج الدراسة الى وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين رؤية الجمهور المصري لضرورة استمرارية الفضائيات العربية الخاصة (الإخبارية، المتخصصة في الحوار والدرشة) وبين درجة الالتزام بأخلاقيات الاعلام التي

تعكسها هذه الفضائيات، بينما لم يثبت وجود علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين رؤية الجمهور لضرورة استمرارية الفضائيات العربية الخاصة المتخصصة في (الغناء، تفسير الاحلام، الإعلانات) ودرجة الالتزام باخلاقيات الاعلام التي تعكسها هذه الفضائيات.

وسعت دراسة نرمين زكريا (2008)⁶⁹ الى التعرف على رؤية ومدركات القائمين بالاتصال في الصحف المصرية المختلفة (قومية - حزبية - خاصة) لمفهومي حرية الصحافة ومسئوليتها الاجتماعية في الالفية الثالثة، وأوضحت نتائج الدراسة أن هناك ارتباط بين مفهوم حرية الصحافة والمسئولية الاجتماعية لها لدى القائمين بالاتصال بصفح الدراسة (الأهرام والوفد والمصري اليوم) على اختلاف نمط ملكيتها وتوجهاتها الأيديولوجية.

وهدفت دراسة سحر فاروق (2008)⁷⁰ الى الوقوف على رؤية أصحاب الاحتياجات الخاصة لملامح الدور الذي تقوم به الصحافة نحوهم وتأثيراته عليهم وخاصة فيما يتعلق بتشكيل ملامح الصورة الإعلامية التي تقدمهم من خلالها الى أفراد المجتمع، وأشارت نتائج الدراسة الى أن النسبة الأكبر من المبحوثين (55.4%) ترى أن الصحافة تقدم صورة حقيقية عن ذوي الاحتياجات الخاصة، وفسر هؤلاء سبب اعتقادهم الإيجابي نحو دور الصحافة تجاههم لأنها تسلط الضوء على كثير من المتفوقين من ذوي الاحتياجات الخاصة في العديد من المجالات بنسبة (41.3%).

وسعت دراسة عزة الكحكي (2008)⁷¹ الى التعرف على حدود ومساحة الحرية الإعلامية التي يتمتع بها القائم بالاتصال في قناة الجزيرة ورؤيته لحدود المسؤولية في ممارسته المهنية، وأظهرت نتائج الدراسة أن نسبة (51%) من القائمين بالاتصال بالجزيرة أشاروا الى أنهم لا يلتزمون حرفياً بتطبيق ميثاق الشرف المهني تقاربت هذه النسبة مع الذين يلتزمون به حرفياً بنسبة (47%)، وكانت نسبة (59%) من العينة لديهم اتجاهات محايدة نحو ميثاق الشرف المهني للقناة يليها نسبة ذوي الاتجاهات الإيجابية بنسبة (41%).

وهدفت دراسة أحمد عثمان (2008)⁷² الى التعرف على مدى ممارسة حرية التعبير في برامج المشاركة بالراديو، ومدى الالتزام بالمسئولية الاجتماعية للإعلام الإذاعي في هذه الممارسة، وأشارت نتائج الدراسة الى أن أغلبية القائمين بالاتصال في برامج المشاركة بالراديو (65.63%) غير راضية عن مساحة الحرية المسموح بها في هذه البرامج، بينما عبر (34.37%) عن رضاهم عن هذه المساحة الى حد ما ولم يشر أي مبحوث من القائمين بالاتصال عن رضاه التام عنها.

ثالثاً: الدراسات التي تناولت حماية النزاهة ومكافحة الفساد:

هدفت دراسة Amin Salman & others (2021)⁷³ الى التعرف على تأثير تأطير الصحف لقضية الفساد على كفاءة الأداء الحكومي في باكستان، واعتمدت الدراسة على تحليل التقارير الإخبارية التي تناولت الفساد في الصحف الإنجليزية في باكستان، وأظهرت النتائج أن الحكومة الباكستانية تولي اهتمام بزيادة الوعي بقضية الفساد بدرجة أكبر من اهتمامها بسن القوانين والتشريعات للتصدي له.

وسعت دراسة محمود ذكي (2021) ⁷⁴ الى تقديم إطار تفسيري متكامل لطبيعة الدور الذي تقوم به القنوات التليفزيونية المصرية الحكومية والخاصة في تغطية سياسات الدولة المصرية في مكافحة الفساد وكيف يمكن أن يكون لهذه التغطية دور فاعل في تعزيز المواطنة المسؤولة للمصريين، وأشارت نتائج الدراسة الى أن القنوات التليفزيونية ركزت على إجراءات مكافحة أكثر من تناولها إجراءات الوقاية كما انخفضت معارف المبحوثين بالاستراتيجية الوطنية لمكافحة الفساد في مقابل ارتفاع معرفتهم بالإجراءات العقابية التي اتخذتها الدولة لمكافحة الفساد.

وهدف دراسة علي الزبيدي (2021) ⁷⁵ الى التقييم الموضوعي للدور الذي تقوم به القنوات التليفزيونية اليمنية غير الحكومية تجاه معالجة الفساد وتقييم مدى التزام هذه القنوات بتقديم معلومات شاملة وموضوعية عن الفساد وطرق معالجته والتصدي له، وأشارت نتائج الدراسة الى التشابه الكبير في معالجة قضايا الفساد في القنوات التليفزيونية محل الدراسة حيث أتسمت طريقة المعالجة بالضعف الشديد مما يستلزم التغيير الجذري في عقلية الإعلاميين اليمنيين ومناهج التدريب في كليات الإعلام في اليمن.

وركزت دراسة صلاح الفيسي & أنور الزوبعي (2020) ⁷⁶ على الدور الذي يقوم به الإعلام الاستقصائي في عملية رصد حالات الفساد وتعزيز ثقافة النزاهة في المجتمع العراقي، وأشارت نتائج الدراسة الى أن الإعلام الاستقصائي يساعد في رصد حالات الفساد بشكل كبير ويعطي إدراكاً للجمهور يساهم في فهم كل ما يجري من حالات فساد في العراق ويعمل على تضافر الجهود في مواجهة حالات الفساد.

وسعت دراسة أنور الجراف (2019) ⁷⁷ الى التعرف على دور المواقع الإخبارية الكويتية الالكترونية في مكافحة الفساد وتعزيز الشفافية وأعدت الباحثة في جمع بيانات الدراسة على أداة الاستبيان التي تم تطبيقها على عينة قوامها (150) مبحوث موزعة على مختلف الوزارات الحكومية والعاملين في الصحف والمؤسسات الإعلامية، وأشارت نتائج الدراسة الى أن أهم قضايا الفساد التي تحظى باهتمام عينة الدراسة هي قضايا الفساد السياسي وتحظى باهتمام ما نسبته (79.3%) كما بينت النتائج أن ما نسبته (83.3%) من أفراد العينة أشاروا الى أن هيئة مكافحة الفساد في الكويت لا تسهم في مواجهة ومحاربة الفساد.

وهدف دراسة علي الأحمرى (2018) ⁷⁸ الى التعرف على دور الإعلام الجديد في محاربة الفساد من وجهة نظر الشباب السعودي، وأشارت نتائج الدراسة الى أن أفراد عينة الدراسة محايدون في مواقفهم على مظاهر اهتمام وسائل الإعلام الجديد بقضايا الفساد بمتوسط حسابي (3.31 من 5) وأن أبرز هذه المظاهر إساءة استعمال السلطة، والمحاباة والمحسوبية والواسطة، وإهدار المال العام ومكتسبات الدولة، تبديد الأموال العامة في الإنفاق على الأبنية الرياضية، والسرقة والاختلاس في الجهات الحكومية.

وسعت دراسة Lee Jimoon & Park Heungsik (2017) ⁷⁹ الى التعرف على تأثير المصادر المتحيزة على إدراك الفساد في القطاع العام في كوريا الجنوبية، وركزت الدراسة على نوعين من وسائل الإعلام كمصادر للمعلومات حول الفساد شملت وسائل الإعلام التقليدية والاجتماعية واعتمدت الدراسة على منهج المسح لعينة قوامها (762) مبحوث من

المواطنين في كوريا الجنوبية، وأشارت نتائج الدراسة الى أن الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية وليس وسائل التواصل الاجتماعي زاد بشكل دال من مستوى إدراك الفساد.

واهتمت دراسة أسامة عبد الرحمن (2014)⁸⁰ بدور الفيسبوك في إمداد الشباب الجامعي بالمعلومات حول قضايا الفساد المصري، وأشارت نتائج الدراسة إلى اعتماد الشباب الجامعي على الفيسبوك في معرفة قضايا الفساد في المجتمع المصري، وأن المزيا التي يتمتع بها الفيسبوك جعلت منه وسيلة مفضلة لدى الشباب في تبادل المعلومات والأخبار المتعلقة بقضايا الفساد والتي لا يُلقى عليها الضوء من جانب الإعلام الحكومي.

وهدفت دراسة إبراهيم أبو المجد (2014)⁸¹ الى التعرف على العلاقة بين تعرض أخصائي الإعلام التربوي للمواقع الإخبارية الإلكترونية ومستوى معرفتهم بالإستراتيجية الوطنية لمكافحة الفساد في مصر، وأشارت نتائج الدراسة الى وجود علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين كثافة تعرض اخصائي الإعلام التربوي للمواقع الإخبارية الإلكترونية ومستوى معرفتهم بالإستراتيجية الوطنية لمكافحة الفساد.

وسعت دراسة منى أحمد (2014)⁸² إلى التعرف على دور الفيسبوك في إمداد الشباب الجامعي المصري بالمعلومات حول قضايا الفساد الإعلامي والسياسي، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن نسبة 63.7% من الشباب يحرصون على متابعة قضايا الفساد الإعلامي والسياسي على الفيسبوك إلى حد ما، بينما تحرص نسبة 33.7% على متابعتها إلى حد كبير، في حين لا تتابعها نسبة 2.5%، وجاءت صفحة "كلنا خالد سعيد" في مقدمة الصفحات التي يرى المبحوثون أنها تهتم بنشر قضايا الفساد بنسبة (75.3%)، يليها "الصفحة الرسمية لفصائح الحرامية" بنسبة 69.8%، ثم صفحة "25 يناير يوم الثورة على التعذيب والفقر والفساد والبطالة" في الترتيب الثالث بنسبة 34.5%.

وهدفت دراسة هشام رشدي (2013)⁸³ إلى التعرف على مدى تأثير معالجة الصحف الإلكترونية لقضايا الفساد في المجتمع المصري على المشاركة السياسية للشباب، وأشارت نتائج الدراسة إلى أنه تزداد درجة اعتماد الشباب الجامعي على الصحف الإلكترونية عبر الإنترنت بزيادة سنوات خبرة المبحوثين باستخدام الإنترنت، كما كشفت الدراسة عن وجود علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائياً بين حجم تعرض المبحوثين لقضايا الفساد في الصحف الإلكترونية ومستويات المشاركة السياسية لديهم.

وسعت دراسة محمد رضا (2013)⁸⁴ الى رصد وتحليل وتفسير العوامل المؤثرة على تغطية القائم بالاتصال في الوسائل التقليدية والجديدة لقضايا الفساد في مصر، وأشارت نتائج الدراسة الى أن النسبة الأكبر من القائمين بالاتصال عينة الدراسة تتعرض لضغوط تمارس عليهم أثناء عملهم الإعلامي وتغطيهم لقضايا الفساد في المجتمع المصري حيث أفاد (58%) من أفراد العينة بوجود هذه الضغوط في حين أشار (42%) منهم بعدم وجود هذه الضغوط.

وهدفت دراسة محمد أبو العلا (2012)⁸⁵ الى التعرف على مظاهر الفساد في المجتمع المصري من وجهة نظر الرأي العام المصري، وأشارت نتائج الدراسة الى أن الفساد انتشر

في كافة مجالات الحياة في المجتمع المصري المجال الإعلامي والاقتصادي والاجتماعي والسياسي كما أشارت النتائج إشارة صريحة وواضحة بنسبة تمثل 100% الى أن برامج التوك شو المتعددة والمنتشرة في أغلب القنوات الفضائية المصرية وعلى وجه الخصوص القنوات الفضائية الخاصة تعالج قضايا مجتمعية هامة وذلك دليل على وجود علاقة دالة إحصائياً بين دور برامج التوك شو ومعالجة قضايا الفساد.

وسعت دراسة حنان يوسف (2012)⁸⁶ الى التعرف على دور وسائل الإعلام في تشكيل اتجاهات الرأي العام تجاه قضايا الفساد، وأشارت نتائج الدراسة الى أن الإعلام المرئي جاء في مقدمة أفضل الوسائل الإعلامية التي قدمت اتجاهاً سائداً لقضايا الفساد بنسبة 90.7%.

وركزت دراسة زكريا الدسوقي (2009)⁸⁷ على تناول البرامج الحوارية لقضايا الفساد في المجتمع المصري وعلاقتها بمعرفة المراهقين بهذه القضايا، وعكست نتائج الدراسة اهتمام وحرص القائمين على البرامج الحوارية بتقديم القضايا المختلفة للجمهور بما فيهم المراهقين ومن هذه القضايا المتنوعة قضايا الفساد في المجتمع، وكانت أكثر المصادر التي يعتمد عليها المراهقين للحصول على معلومات حول قضايا الفساد البرامج الحوارية في القنوات الفضائية ثم نشرات الاخبار في القنوات الفضائية العربية ثم البرامج الحوارية في التلفزيون المصري.

التعقيب على الدراسات السابقة وحدود الاستفادة منها:

من خلال مراجعة الدراسات السابقة والتراث العلمي ذات الصلة بموضوع الدراسة أتضح ما يلي:

- أكدت العديد من الدراسات السابقة التي تناولت ظاهرة الفساد على أهمية الدور الذي يقوم به التلفزيون كوسيلة إعلامية يمكن استغلالها وتوظيفها في التوعية بالفساد ومحاربهه والتصدي له ومن بين هذه الدراسات دراسة محمود محمد ذكي 2021 ودراسة محمد أبو العلا 2013 ودراسة حنان يوسف 2012 ودراسة زكريا الدسوقي 2009.

- أكدت العديد من الدراسات السابقة التي تناولت القائم بالاتصال في المؤسسات الإعلامية على ضرورة التزام الإعلاميين بالمعايير والقواعد المهنية والأخلاقية في أدائهم لرسالتهم الإعلامية من منطلق مسئوليتهم الاجتماعية تجاه المجتمع الذي يعيشون فيه ومن بين هذه الدراسات دراسة وجدي حلمي 2020 ودراسة مي أبو السعود 2015 ودراسة نهى العبد 2013.

- أغلبية الدراسات السابقة التي تناولت القائم بالاتصال في المؤسسات الإعلامية تم تطبيقها على عدد محدود من المبحوثين كنتيجة طبيعية لمحدودية مجتمع الدراسة والصعوبة النسبية في الوصول للإعلاميين وانشغالهم في أغلب الاوقات ومن بين هذه الدراسات دراسة عبد الله عمران 2021 ودراسة علا عبد الراضي 2020 ودراسة عزة الكحكي 2008.

- تدرج أغلبية الدراسات السابقة تحت الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح ومن بين هذه الدراسات دراسة علاء عبد العاطي 2018 ودراسة مروى ياسين 2016 ودراسة شارع البقمي 2015 ودراسة فوزية عبد الله آل علي 2008.

- اعتمدت أغلبية الدراسات السابقة في جمع البيانات على أداة الاستبيان ومن بين هذه الدراسات دراسة أمين منصور 2020 ودراسة محسن الكناني 2019 ودراسة محمد الصبيحي 2017.

- استفاد الباحث من الدراسات السابقة في التحديد الدقيق لمشكلة الدراسة وإختيار الإطار النظري الأنسب وتحديد نوع الدراسة ومنهجها ومجتمع الدراسة والعينة وأدوات جمع البيانات.

تساؤلات الدراسة:

- 1- ما مدى متابعة القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية السعودية للأخبار التي تتناول حماية النزاهة ومكافحة الفساد في مصادر المعلومات المختلفة؟
- 2- ما أسباب متابعة القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية السعودية للأخبار التي تتناول حماية النزاهة ومكافحة الفساد؟
- 3- ما المصادر التي يفضلها القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية السعودية لمتابعة الأخبار التي تتناول حماية النزاهة ومكافحة الفساد؟
- 4- ما اتجاهات القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية السعودية نحو الاستراتيجية الوطنية لحماية النزاهة ومكافحة الفساد؟
- 5- ما مدى إدراك القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية السعودية لمسئوليتهم الاجتماعية عن توعية الجمهور بالقضايا المتعلقة بحماية النزاهة ومكافحة الفساد؟
- 6- ما مظاهر الفساد التي تستحق أن توليها القنوات التلفزيونية السعودية اهتمام بشكل أكبر عند تناول قضايا حماية النزاهة ومكافحة الفساد كما يراها القائمين بالاتصال؟
- 7- ما مقترحات القائمين بالاتصال لتعزيز دور القنوات التلفزيونية السعودية في توعية الجمهور بقضايا حماية النزاهة ومكافحة الفساد؟

فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى اهتمام القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية السعودية بمتابعة الأخبار التي تتناول حماية النزاهة ومكافحة الفساد في مصادر المعلومات واتجاهاتهم نحو الاستراتيجية الوطنية لحماية النزاهة ومكافحة الفساد.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى اهتمام القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية السعودية بمتابعة الأخبار التي تتناول حماية النزاهة ومكافحة الفساد

في مصادر المعلومات ومدى إدراكهم لمسئوليتهم الاجتماعية عن توعية الجمهور بالقضايا المتعلقة بحماية النزاهة ومكافحة الفساد.

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية السعودية نحو الاستراتيجية الوطنية لحماية النزاهة ومكافحة الفساد ومدى إدراكهم لمسئوليتهم الاجتماعية عن توعية الجمهور بالقضايا المتعلقة بحماية النزاهة ومكافحة الفساد.

الفرض الرابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مدى إدراك القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية السعودية لمسئوليتهم الاجتماعية عن توعية الجمهور بالقضايا المتعلقة بحماية النزاهة ومكافحة الفساد باختلاف المتغيرات الديموغرافية (النوع-الوظيفة-ملكية القناة-عدد سنوات الخبرة-التخصص الدراسي-المستوى التعليمي).

نوع الدراسة ومنهجها:

تندرج الدراسة الحالية تحت الدراسات الوصفية، وأعدمت على منهج المسح Survey Method بغرض التعرف على مدى إدراك القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية السعودية لدورهم في توعية الجمهور بالإستراتيجية الوطنية لحماية النزاهة ومكافحة الفساد.

مجتمع وعينة الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية السعودية الحكومية والخاصة، وتم تطبيق الدراسة على عينة عشوائية قوامها (120) مبحوث من القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية السعودية الحكومية والخاصة بمدينة الرياض خلال شهر فبراير 2022 م، ويلاحظ أن محدودية حجم العينة ناتجة عن محدودية حجم مجتمع الدراسة من القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية السعودية بالإضافة الى الصعوبة النسبية في الوصول لهم وانشغالهم في أغلب الأوقات.

جدول (1) يوضح المتغيرات الديموغرافية لعينة الدراسة

المتغيرات الديموغرافية	التكرار	النسبة %	
النوع	ذكور	115	95.8
	إناث	5	4.2
الوظيفة	معد	10	8.3
	مذيع	39	32.5
	محرر أخبار	15	12.5
	مراسل ميداني	27	22.5
	مصور	5	4.2
	مخرج	16	33.3
	مونتير	3	2.5
ملكية القناة	مستشار إعلامي	5	4.2
	حكومية	104	86.7
	خاصة	16	13.3

15.8	19	أقل من خمس أعوام	عدد سنوات الخبرة
20.8	25	من خمس أعوام الى أقل من خمسة عشر عاماً	
63.3	76	أكثر من خمسة عشر عاماً	التخصص الدراسي
66.7	80	تخصص الإعلام	
33.3	40	تخصص آخر غير الإعلام	المستوى التعليمي
10	12	تعليم قبل جامعي	
60	72	تعليم جامعي	
30	36	دراسات عليا	
100	120	الإجمالي	

يتضح من الجدول السابق أنه فيما يتعلق بتوزيع عينة الدراسة وفقاً للنوع فقد جاء الذكور في الترتيب الأول بنسبة (95.8%) في المقابل الإناث في الترتيب الثاني بنسبة (4.2%) ويمكن تفسير قلة عدد الإناث في عينة الدراسة إذا ما قورن بعدد الذكور لسببين السبب الأول هو محدودية عدد الإناث القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية السعودية إذا ما قورن بعدد الذكور والسبب الثاني مرتبط باعتبارات ثقافية جعلت هناك صعوبة نسبية لدى الباحث في التواصل مع القائمين بالاتصال من الإناث إذا ما قورن ذلك بتواصل الباحث مع الذكور، وفيما يتعلق بتوزيع عينة الدراسة وفقاً للوظيفة يلاحظ أن وظيفة المخرج جاءت في الترتيب الأول بنسبة (33.3%) يليها وظيفة المذيع في الترتيب الثاني بنسبة (32.5%) بينما جاءت وظيفة المراسلين الميدانيين في الترتيب الثالث بنسبة (22.5%)، وفيما يتعلق بتوزيع عينة الدراسة وفقاً لملكية القناة فقد جاءت القنوات الحكومية في الترتيب الأول بنسبة (86.7%) في مقابل القنوات الخاصة في الترتيب الثاني بنسبة (13.3%)، وفيما يتعلق بتوزيع عينة الدراسة وفقاً لعدد سنوات الخبرة فقد جاءت من خبرتهم أكثر من خمسة عشر عاماً في الترتيب الأول بنسبة (63.3%) يليها من تراوحت عدد سنوات خبرتهم بين خمسة أعوام وخمسة عشر عاماً في الترتيب الثاني بنسبة (20.8%) وجاء من قلت عدد سنوات خبرتهم عن خمسة أعوام في الترتيب الثالث بنسبة (15.8%)، وفيما يتعلق بتوزيع عينة الدراسة وفقاً للتخصص الدراسي فقد جاء في الترتيب الأول تخصص الإعلام بنسبة (66.7%) في مقابل التخصصات الأخرى غير الإعلام في الترتيب الثاني بنسبة (33.3%)، وفيما يتعلق بتوزيع عينة الدراسة وفقاً للمستوى التعليمي فقد جاء التعليم الجامعي في الترتيب الأول بنسبة (60%) يليه في الترتيب الثاني الدراسات العليا بنسبة (30%) وجاء في الترتيب الثالث والأخير التعليم قبل الجامعي بنسبة (10%).

أداة جمع البيانات:

أعتمد الباحث في جمع البيانات على استمارة الإستبيان، والتي تم تطبيقها على المبحوثين عينة الدراسة من القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية السعودية الحكومية والخاصة.

إجراءات الصدق والثبات:

قام الباحث بعرض استمارة الإستبيان على عدد من الأساتذة المحكمين المتخصصين في الإعلام من الأكاديميين والخبراء للتحقق من صدق استمارة الإستبيان والتأكد من وضوح الأسئلة وإمكانية قياسها لأهداف الدراسة وتم الأخذ بمقترحاتهم فيما يتعلق بتعديل وحذف

وإضافة بعض الاسئلة لتكون الاستمارة أكثر وضوحاً*، كما قام الباحث بإجراء اختبار ثبات لاستمارة الإستبيان وذلك للتحقق من ثبات الاستمارة حيث قام بإجراء اختبار قبلي علي مجموعة مكونة من (12) مبحوث بما يعادل (10%) من عينة الدراسة ثم قام بإجراء اختبار بعدي للاستمارة علي مجموعة أخرى مكونة من (12) مبحوث بما يعادل (10%) من عينة الدراسة بعد أسبوعين من الاختبار القبلي وقام بحساب معامل الثبات وبلغت قيمته (0.83) وهو معامل ثبات علي درجة معقولة.

المقاييس المستخدمة في الدراسة:

أعتمد الباحث في الدراسة الحالية على المقاييس التالية:

1- مقياس مدى اهتمام القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية السعودية بمتابعة الأخبار التي تتناول حماية النزاهة ومكافحة الفساد في مصادر المعلومات: وتمثل المقياس في سؤال مباشر تم توجيهه للمبحوثين "ما مدى اهتمامك بمتابعة الأخبار التي تتناول حماية النزاهة ومكافحة الفساد في مصادر المعلومات؟" وكانت الاستجابات أهتم بدرجة قليلة وتم ترميزها احصائياً بالرقم (1) وتمثل المستوى المنخفض من الاهتمام بمتابعة الأخبار التي تتناول حماية النزاهة ومكافحة الفساد في مصادر المعلومات وأهتم بدرجة متوسطة وتم ترميزها احصائياً بالرقم (2) وتمثل المستوى المتوسط من الاهتمام بمتابعة الأخبار التي تتناول حماية النزاهة ومكافحة الفساد في مصادر المعلومات وأهتم بدرجة كبيرة وتم ترميزها احصائياً بالرقم (3) وتمثل المستوى المرتفع من الاهتمام بمتابعة الأخبار التي تتناول حماية النزاهة ومكافحة الفساد في مصادر المعلومات.

2- مقياس اتجاهات القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية السعودية نحو الاستراتيجية الوطنية لحماية النزاهة ومكافحة الفساد: وأشتمل على عشرة تساؤلات تم توجيهها للمبحوثين للتعرف على اتجاهاتهم نحو منطلقات الاستراتيجية الوطنية لحماية النزاهة ومكافحة الفساد، وأهداف الاستراتيجية الوطنية لحماية النزاهة ومكافحة الفساد، وإجراءات تشخيص مشكلة الفساد في المملكة العربية السعودية، وإجراءات قيام الأجهزة الحكومية المعنية باختصاصاتها في حماية النزاهة ومكافحة الفساد، وإجراءات إقرار مبدأ الشفافية داخل مؤسسات الدولة، وإجراءات مشاركة المجتمع المدني في حماية النزاهة ومكافحة الفساد، وأجراءات توعية الجمهور وتعزيز السلوك الأخلاقي، وإجراءات تحسين أوضاع المواطنين الأسرية والوظيفية والمعيشية، وإجراءات تعزيز التعاون العربي والأقليمي والدولي، وآليات الاستراتيجية الوطنية لحماية النزاهة ومكافحة الفساد، وتكونت الأسئلة العشرة من خمسة وخمسين عبارة تراوحت الاستجابات عليها بين غير مؤيد وتم ترميزها احصائياً بالرقم (1) ومحايد وتم ترميزها احصائياً بالرقم (2) ومؤيد وتم ترميزها احصائياً بالرقم (3) ثم تم جمع الاستجابات على العبارات الخمسة وخمسين لكل مبحوث وتم حساب المدى وهو الفرق بين أعلى درجة تجميعية وهي (165) وأقل درجة تجميعية وهي (55) فكان ناتج المدى (110) تم قسمته على الفئات الثلاث التي تمثل الاتجاه السلبي نحو الاستراتيجية الوطنية لحماية النزاهة ومكافحة الفساد وتراوحت درجاتهم التجميعية بين (55) و(91)، والاتجاه المحايد نحو الاستراتيجية الوطنية لحماية النزاهة ومكافحة الفساد

وتراوحت درجاتهم التجميعية بين (92) و(128)، والاتجاه الإيجابي نحو الاستراتيجية الوطنية لحماية النزاهة ومكافحة الفساد وتراوحت درجاتهم التجميعية بين (129) و (165).

3- مقياس مدى إدراك القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية السعودية لمسئوليتهم الاجتماعية عن توعية الجمهور بالقضايا المتعلقة بحماية النزاهة ومكافحة الفساد: وتمثل المقياس في سؤال مباشر تم توجيهه للمبحوثين "الى أي مدى ترى أنك كقائم بالاتصال مسئول اجتماعياً عن توعية الجمهور بالقضايا المتعلقة بحماية النزاهة ومكافحة الفساد؟" وكانت الاستجابات مسئول بدرجة قليلة وتم ترميزها احصائياً بالرقم (1) وتمثل المستوى المنخفض من إدراك القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية السعودية لمسئوليتهم الاجتماعية عن توعية الجمهور بالقضايا المتعلقة بحماية النزاهة ومكافحة الفساد، ومسئول بدرجة متوسطة وتم ترميزها احصائياً بالرقم (2) وتمثل المستوى المتوسط من إدراك القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية السعودية لمسئوليتهم الاجتماعية عن توعية الجمهور بالقضايا المتعلقة بحماية النزاهة ومكافحة الفساد، ومسئول بدرجة عالية وتم ترميزها احصائياً بالرقم (3) وتمثل المستوى المرتفع من إدراك القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية السعودية لمسئوليتهم الاجتماعية عن توعية الجمهور بالقضايا المتعلقة بحماية النزاهة ومكافحة الفساد.

المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد الإنتهاء من جمع بيانات الدراسة، تم ترميز البيانات وإدخالها إلى الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها وإستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية" SPSS، وتم اللجوء إلى المعاملات والاختبارات الإحصائية التالية في تحليل بيانات الدراسة:

- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
- معامل ارتباط الرتب لسبيرمان.
- اختبار (T- Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعتين من المبحوثين في احد متغيرات الفئة أو النسبة (Interval or Ratio).
- تحليل التباين ذي البعد الواحد (One Analysis of Variance) المعروف اختصاراً باسم ANOVA لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من المبحوثين في احد متغيرات الفئة أو النسبة (Interval or Ratio).

نتائج الدراسة:

سوف يعرض الباحث نتائج الدراسة في محورين كالتالي:

- النتائج العامة للدراسة.
- نتائج اختبار فروض الدراسة.

المحور الأول: النتائج العامة للدراسة:

- جدول (2) يوضح مدى إهتمام القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية السعودية بمتابعة الأخبار التي تتناول حماية النزاهة ومكافحة الفساد في مصادر المعلومات المختلفة.

مدى الاهتمام	التكرار	النسبة %
اهتم بدرجة كبيرة	71	59.2
اهتم بدرجة متوسطة	43	35.8
اهتم بدرجة قليلة	6	5
الإجمالي	120	100

يتضح من الجدول السابق أن أغلبية القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية السعودية يهتمون بمتابعة الأخبار التي تتناول حماية النزاهة ومكافحة الفساد في مصادر المعلومات المختلفة بنسبة وصلت الى (95%) تراوحت بين الاهتمام بدرجة كبيرة والاهتمام بدرجة متوسطة، في مقابل (5%) فقط من أفراد العينة يهتمون بدرجة قليلة.

- جدول (3) يوضح أسباب اهتمام القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية السعودية بمتابعة الأخبار التي تتناول حماية النزاهة ومكافحة الفساد في مصادر المعلومات المختلفة.

أسباب الاهتمام	التكرار	النسبة %
التعرف على معلومات عن القضايا التي تتناول حماية النزاهة ومكافحة الفساد	92	76.7
التعرف على آراء الجمهور في القضايا التي تتناول حماية النزاهة ومكافحة الفساد	30	25
التعرف على آراء المتخصصين في القضايا التي تتناول حماية النزاهة ومكافحة الفساد	38	31.7
تشكيل رأيي الشخصي في القضايا التي تتناول حماية النزاهة ومكافحة الفساد	42	35
تقديم نقد موضوعي وحلول مقترحة في قضايا حماية النزاهة ومكافحة الفساد	27	22.5

يتضح من الجدول السابق أنه فيما يتعلق بأهم أسباب اهتمام القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية السعودية بمتابعة الأخبار التي تتناول حماية النزاهة ومكافحة الفساد في مصادر المعلومات فقد جاء التعرف على معلومات عن القضايا التي تتناول حماية النزاهة ومكافحة الفساد في الترتيب الأول بنسبة (76.7%)، يليها في الترتيب الثاني تشكيل رأيي الشخصي في القضايا التي تتناول حماية النزاهة ومكافحة الفساد بنسبة (35%)، ثم التعرف على آراء المتخصصين في القضايا التي تتناول حماية النزاهة ومكافحة الفساد في الترتيب الثالث بنسبة (31.7%)، يليها في الترتيب الرابع التعرف على آراء الجمهور في القضايا التي تتناول حماية النزاهة ومكافحة الفساد بنسبة (25%)، ثم تقديم نقد موضوعي وحلول مقترحة في قضايا حماية النزاهة ومكافحة الفساد في الترتيب الخامس بنسبة (22.5%).

- جدول (4) يوضح المصادر التي يفضلها القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية السعودية في متابعة الأخبار التي تتناول حماية النزاهة ومكافحة الفساد.

المصادر	التكرار	النسبة %
شيكات التواصل الاجتماعي	74	61.7
المواقع الإخبارية الإلكترونية	28	23.3
المواقع الإلكترونية الرسمية للجهات الحكومية	59	49.2
القنوات الفضائية العربية	9	7.5

60.8	73	القنوات الفضائية السعودية
0.8	1	الإذاعات العربية
16.7	20	الإذاعات السعودية
-	-	الصحف والمجلات العربية
5.8	7	الصحف والمجلات السعودية
10.8	13	الاتصال الشخصي مع الأصدقاء والزملاء والمعارف

يتضح من الجدول السابق أنه فيما يتعلق بأهم المصادر التي يفضلها القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية السعودية في متابعة الأخبار التي تتناول حماية النزاهة ومكافحة الفساد فقد جاءت شبكات التواصل الاجتماعي في الترتيب الأول بنسبة (61.7%)، يليها في الترتيب الثاني القنوات الفضائية السعودية بنسبة (60.8%)، ثم المواقع الإلكترونية الرسمية للجهات الحكومية في الترتيب الثالث بنسبة (49.2%).

- جدول (5) يوضح اتجاهات القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية نحو منطلقات الاستراتيجية الوطنية لحماية النزاهة ومكافحة الفساد

غير مؤيد		محايد		مؤيد		منطلقات الاستراتيجية الوطنية لحماية النزاهة ومكافحة الفساد
%	ك	%	ك	%	ك	
-	-	9.2	11	90.8	109	يعد كل عمل من شأنه الانحراف بالوظيفة العامة والخاصة عن مسارها الشرعي والنظامي الذي وجدت لخدمته فساداً وجريمة تستوجب العقاب
-	-	8.3	10	91.7	110	حماية النزاهة ومكافحة الفساد تتحقق بشكل أفضل بتعزيز التعاون بين الأجهزة المختصة في المملكة بشكل مستمر
-	-	8.3	10	91.7	110	الفساد يعوق التطوير والتنمية والاستثمارات
-	-	15.8	19	84.2	101	الفساد مرتبط في بعض صورته بالنشاطات الإجرامية
-	-	12.5	15	87.5	105	ظهور مفاهيم وصور ووسائل حديثة للفساد وانتشارها تستلزم مراجعة وتقييم مستمر للسياسات والخطط والأنظمة والإجراءات والبرامج لمكافحته
4.2	5	27.5	33	68.3	82	حماية النزاهة ومكافحة الفساد يتطلب تعزيز التعاون بين الدول انطلاقاً من مبادئ القانون الدولي والمواثيق والمعاهدات الدولية

يتضح من الجدول السابق أن منطلقات الاستراتيجية الوطنية لحماية النزاهة ومكافحة الفساد قد حظيت بتأييد ملحوظ من القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية السعودية وكان أكثرها تأييداً أن حماية النزاهة ومكافحة الفساد تتحقق بشكل أفضل بتعزيز التعاون بين الأجهزة المختصة في المملكة، وأن الفساد يعوق التطوير والتنمية والاستثمارات بنسبة (91.7%) لكلاً منهما.

- جدول (6) يوضح اتجاهات القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية نحو أهداف الاستراتيجية الوطنية لحماية النزاهة ومكافحة الفساد

غير مؤيد		محايد		مؤيد		أهداف الاستراتيجية الوطنية لحماية النزاهة ومكافحة الفساد
%	ك	%	ك	%	ك	
-	-	9.2	11	90.8	109	تهدف الاستراتيجية الوطنية لحماية النزاهة ومكافحة الفساد الى مكافحة الفساد بشتى صورته ومظاهره
-	-	10	12	90	108	تهدف الاستراتيجية الوطنية لحماية النزاهة ومكافحة الفساد الى تحسين المجتمع السعودي ضد الفساد بالقيم الدينية والأخلاقية والتربوية

-	-	9.2	11	90.8	109	تهدف الاستراتيجية الوطنية لحماية النزاهة ومكافحة الفساد الى توجيه المواطن والمقيم نحو التحلي بالسلوك السليم واحترام النصوص الشرعية والنظامية
-	-	8.3	10	91.7	110	تهدف الاستراتيجية الوطنية لحماية النزاهة ومكافحة الفساد الى توفير المناخ الملائم لنجاح خطط التنمية
-	-	17.5	21	82.5	99	تهدف الاستراتيجية الوطنية لحماية النزاهة ومكافحة الفساد الى تعزيز وتطوير التعاون الإقليمي والعربي والدولي في مجال حماية النزاهة ومكافحة الفساد.

يتضح من الجدول السابق أن أهداف الاستراتيجية الوطنية لحماية النزاهة ومكافحة الفساد قد حظيت بشكل عام بتأييد ملحوظ من القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية السعودية وكان أكثرها تأييداً من القائمين بالاتصال أن الاستراتيجية الوطنية لحماية النزاهة ومكافحة الفساد تهدف الى توفير المناخ الملائم لنجاح خطط التنمية بنسبة (91.7%).

- جدول (7) يوضح اتجاهات القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية نحو إجراءات تشخيص مشكلة الفساد في المملكة العربية السعودية

غير مؤيد		محايد		مؤيد		إجراءات تشخيص مشكلة الفساد في المملكة العربية السعودية
ك	%	ك	%	ك	%	
-	-	11.7	14	88.3	106	تنظيم قاعدة معلومات وطنية لحماية النزاهة ومكافحة الفساد تشمل على الوثائق النظامية والإدارية
4.2	5	11.7	14	84.2	101	قيام الأجهزة الحكومية المعنية بإعداد إحصاءات وتقارير دورية عن مشكلة الفساد
-	-	10.8	13	89.2	107	دعم واجراء الدراسات والبحوث المتعلقة بموضوع حماية النزاهة ومكافحة الفساد
-	-	15.8	19	84.2	101	إتاحة المعلومات المتوفرة للراغبين في البحث وحث الجهات الأكاديمية ومراكز البحوث على إجراء المزيد من الدراسات
-	-	8.3	10	91.7	110	رصد ما ينشر في وسائل الإعلام عن موضوع حماية النزاهة ومكافحة الفساد
-	-	18.3	22	81.7	98	متابعة المستجدات في موضوع حماية النزاهة ومكافحة الفساد على المستوى المحلي والدولي

يتضح من الجدول السابق أن إجراءات تشخيص مشكلة الفساد في المملكة العربية السعودية قد حظيت بشكل عام بتأييد ملحوظ من القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية السعودية وكان أكثرها تأييداً من القائمين بالاتصال رصد ما ينشر في وسائل الإعلام عن موضوع حماية النزاهة ومكافحة الفساد في الترتيب الأول بنسبة (91.7%)، يليها في الترتيب الثاني دعم واجراء الدراسات والبحوث المتعلقة بموضوع حماية النزاهة ومكافحة الفساد بنسبة (89.2%).

- جدول (8) يوضح اتجاهات القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية نحو إجراءات قيام الأجهزة الحكومية المعنية باختصاصاتها في حماية النزاهة ومكافحة الفساد

غير مؤيد		محايد		مؤيد		إجراءات قيام الأجهزة الحكومية المعنية باختصاصاتها في حماية النزاهة ومكافحة الفساد
ك	%	ك	%	ك	%	
-	-	11.7	14	88.3	106	تطوير وتقويم الأنظمة الرقابية والإدارية والمالية لضمان وضوحها

وسهولة تطبيقها						
-	-	19.2	23	80.8	97	تقليص الإجراءات وتسهيلها والتوعية بها ووضعها في أماكن بارزة حتى لا تؤدي الى الاستثناءات غير النظامية
-	-	16.7	20	83.3	100	قيام المسؤولين بالمراقبة والمتابعة للتأكد من سلامة إجراءات العمل ومطابقتها للأنظمة
-	-	12.5	15	87.5	105	اختيار المسؤولين في الإدارات التنفيذية التي لها علاقة بالجمهور من ذوي الكفايات والتعامل الحميد مع المراجعين
-	-	12.5	15	87.5	105	التأكيد على عدم التمييز في التعامل وعدم النظر الى المركز الوظيفي أو الاجتماعي للشخص
-	-	13.3	16	86.7	104	العمل بمبدأ المساواة لكل مسئول مهما كان موقعه وفقاً للأنظمة
-	-	10	12	90	108	تعزيز جهود الأجهزة الضبطية المتعلقة بمكافحة الفساد
-	-	11.7	14	88.3	106	الاستفادة من الوسائل العلمية الحديثة ووسائل الاتصال السريعة بين الجهات الحكومية المختصة
4.2	5	13.3	16	82.5	99	ضمان وضوح التعليمات الخاصة بالرسوم والمستحقات والغرامات
-	-	15.8	19	84.2	101	سرعة البت في قضايا الفساد والعمل بمبدأ التعويض لمن تضرر حقوقهم ومصالحهم من جراء الفساد بعد ثبوت ذلك

يتضح من الجدول السابق أن إجراءات قيام الأجهزة الحكومية المعنية باختصاصاتها في حماية النزاهة ومكافحة الفساد قد حظيت بشكل عام بتأييد ملحوظ من القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية السعودية وكان أكثرها تأييداً من القائمين بالاتصال تعزيز جهود الأجهزة الضبطية المتعلقة بمكافحة الفساد في الترتيب الأول بنسبة (90%)، يليها في الترتيب الثاني تطوير وتقويم الأنظمة الرقابية والإدارية والمالية لضمان وضوحها وسهولة تطبيقها، والاستفادة من الوسائل العلمية الحديثة ووسائل الاتصال السريعة بين الجهات الحكومية المختصة بنسبة متساوية (89.2%).

- جدول (9) يوضح اتجاهات القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية السعودية نحو إجراءات إقرار مبدأ الشفافية داخل مؤسسات الدولة

إجراءات إقرار مبدأ الشفافية داخل مؤسسات الدولة						
غير مؤيد		محايد		مؤيد		
ك	%	ك	%	ك	%	
-	-	10	12	90	108	التأكيد على مسئولية الدولة بأن الوضوح وسيلة فاعلة للوقاية من الفساد واعتماده كممارسة وتوجه أخلاقي
-	-	14.2	17	85.8	103	تسهيل الإجراءات الإدارية والتوعية بها واتاحتها للراغبين وعدم اللجوء الى السرية إلا فيما يتعلق بالمعلومات التي تمس السيادة والأمن الوطني
-	-	10	12	90	108	وضع نظام لحماية المال العام
0.8	1	23.3	28	75.8	91	توضيح إجراءات عقود مشتريات الحكومة والمؤسسات العامة والشركات المساهمة وإعطاء الجمهور ووسائل الإعلام حق الاطلاع عليها ونقدتها
4.2	5	23.3	28	72.5	87	كفالة حرية تداول المعلومات عن شئون الفساد بين عامة الجمهور ووسائل

الإعلام					
---------	--	--	--	--	--

يتضح من الجدول السابق أن إجراءات إقرار مبدأ الشفافية داخل مؤسسات الدولة قد حظيت بشكل عام بتأييد ملحوظ من القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية السعودية وكان أكثرها تأييداً من القائمين بالاتصال التأكيد على مسئولية الدولة بأن الوضوح وسيلة فاعلة للوقاية من الفساد واعتماده كممارسة وتوجه أخلاقي، ووضع نظام لحماية المال العام بنسبة متساوية (90%) لكلاً منهما.

جدول (10) يوضح اتجاهات القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية نحو إجراءات مشاركة مؤسسات المجتمع المدني في حماية النزاهة ومكافحة الفساد

غير مؤيد		محايد		مؤيد		إجراءات مشاركة مؤسسات المجتمع المدني في حماية النزاهة ومكافحة الفساد
%	ك	%	ك	%	ك	
2.5	3	39.2	47	58.3	70	إشراك بعض منسوبي مؤسسات المجتمع المدني في اللجنة الوطنية لمكافحة الفساد
2.5	3	20.8	25	76.7	92	إشراك مؤسسات المجتمع المدني في دراسة ظاهرة الفساد وإبداء ما لديه من مرئيات ومقترحات تمكن من الحد من الفساد
-	-	16.7	20	83.3	100	حث الهيئات المهنية والأكاديمية على إبداء رؤيتهم حول الأنظمة الرقابية والمالية والإدارية وتقديم مقترحاتهم حيال تطويرها وتحديثها
-	-	15.8	19	84.2	101	حث الغرف التجارية والصناعية على إعداد برامج لتوعية رجال الأعمال والتجار بمخاطر الفساد وأسبابه وأثاره

يتضح من الجدول السابق أن إجراءات مشاركة مؤسسات المجتمع المدني في حماية النزاهة ومكافحة الفساد قد حظيت بشكل عام بتأييد ملحوظ من القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية السعودية وكان أكثرها تأييداً من القائمين بالاتصال حث الغرف التجارية والصناعية على إعداد برامج لتوعية رجال الأعمال والتجار بمخاطر الفساد وأسبابه وأثاره بنسبة (84.2%).

جدول (11) يوضح اتجاهات القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية نحو إجراءات توعية الجمهور وتعزيز السلوك الأخلاقي

غير مؤيد		محايد		مؤيد		إجراءات توعية الجمهور وتعزيز السلوك الأخلاقي
%	ك	%	ك	%	ك	
-	-	17.5	21	82.5	99	تنمية الوازع الديني للحدث على النزاهة ومحاربة الفساد عن طريق وسائل الإعلام وخطباء المساجد والعلماء والمؤسسات التربوية
-	-	12.5	15	87.5	105	التأكيد على دور الأسرة في تربية النشء ودورها الأساسي في بناء مجتمع سليم مناهض لأعمال الفساد
-	-	10.8	13	89.2	107	حث المؤسسات التعليمية على وضع مفردات في مناهج التعليم العام والجامعي والقيام بتنفيذ برامج توعية تثقيفية بصفة دورية عن حماية النزاهة ومكافحة الفساد
-	-	10.8	13	89.2	107	حث المواطن والمقيم على التعاون مع الجهات المعنية بمكافحة الفساد والإبلاغ عن جرائم الفساد ومرتكبيها
-	-	12.5	15	87.5	105	وضع برامج توعية تثقيفية في مجال حماية النزاهة ومكافحة الفساد في

القطاعين العام والخاص					
-----------------------	--	--	--	--	--

يتضح من الجدول السابق أن إجراءات توعية الجمهور وتعزيز السلوك الأخلاقي قد حظيت بشكل عام بتأييد ملحوظ من القائمين بالاتصال في القنوات التليفزيونية السعودية وكان أكثرها تأييداً من القائمين بالاتصال حث المؤسسات التعليمية على وضع مفردات في مناهج التعليم العام والجامعي والقيام بتنفيذ برامج توعية تثقيفية بصفة دورية عن حماية النزاهة ومكافحة الفساد، وحث المواطن والمقيم على التعاون مع الجهات المعنية بمكافحة الفساد والإبلاغ عن جرائم الفساد ومرتكبيها في الترتيب الأول بنسبة (89.2%)، يليها في الترتيب الثاني التأكيد على دور الأسرة في تربية النشء ودورها الأساسي في بناء مجتمع سليم مناهض لأعمال الفساد، ووضع برامج توعية تثقيفية في مجال حماية النزاهة ومكافحة الفساد في القطاعين العام والخاص بنسبة (87.5%).

جدول (12) يوضح اتجاهات القائمين بالاتصال في القنوات التليفزيونية نحو إجراءات تحسين أوضاع المواطنين الأسرية والوظيفية والمعيشية

مؤيد		محايد		غير مؤيد		إجراءات تحسين أوضاع المواطنين الأسرية والوظيفية والمعيشية
ك	%	ك	%	ك	%	
110	91.7	10	8.3	-	-	التأكيد على مبدأ تحسين أوضاع المواطنين الأسرية والوظيفية والمعيشية وتوفير الخدمات الأساسية لهم
107	89.2	13	10.8	-	-	إيجاد الفرص الوظيفية في القطاعين العام والخاص بما يتناسب مع الزيادة المطردة في عدد السكان والخريجين وتأهيلهم طبقاً لاحتياجات سوق العمل
97	80.8	20	16.7	3	2.5	الحد من استقدام العنصر الأجنبي
108	90	12	10	-	-	تحسين مستوى رواتب الموظفين والعاملين

يتضح من الجدول السابق أن إجراءات تحسين أوضاع المواطنين الأسرية والوظيفية والمعيشية قد حظيت بشكل عام بتأييد ملحوظ من القائمين بالاتصال في القنوات التليفزيونية السعودية وكان أكثرها تأييداً من القائمين بالاتصال التأكيد على مبدأ تحسين أوضاع المواطنين الأسرية والوظيفية والمعيشية وتوفير الخدمات الأساسية لهم بنسبة (91.7%).

جدول (13) يوضح اتجاهات القائمين بالاتصال في القنوات التليفزيونية نحو إجراءات تعزيز التعاون العربي والإقليمي والدولي

مؤيد		محايد		غير مؤيد		إجراءات تعزيز التعاون العربي والإقليمي والدولي
ك	%	ك	%	ك	%	
107	89.2	13	10.8	-	-	الالتزام بمعاهدة مراعاة السيادة الوطنية للدول وعدم التدخل في شئونها الداخلية
94	78.3	21	17.5	5	4.2	التنسيق بين الجهات المشاركة في المؤتمرات ذات العلاقة بموضوع مكافحة الفساد والعمل على وضع تصور للمملكة حيال الموضوعات المطروحة للنقاش
97	80.8	23	19.2	-	-	الاستفادة من خبرات الدول والمنظمات الدولية الحكومية وغير الحكومية في مجال حماية النزاهة ومكافحة الفساد
101	84.2	19	15.8	-	-	متابعة المستجدات الدولية الحاصلة فيما يتعلق بجرائم الفساد والرشوة وأساليب التعرف عليها وسبل محاصرتها
108	90	12	10	-	-	العمل على تحقيق المزيد من التعاون الفعال في مجال حماية النزاهة

					ومكافحة الفساد مع دول مجلس التعاون الخليجي والدول العربية والإسلامية والصديقة
		15.8	19	84.2	101
-	-				

يتضح من الجدول السابق أن إجراءات تعزيز التعاون العربي والإقليمي والدولي قد حظيت بشكل عام بتأييد ملحوظ من القائمين بالاتصال في القنوات التليفزيونية السعودية وكان أكثرها تأييداً من القائمين بالاتصال العمل على تحقيق المزيد من التعاون الفعال في مجال حماية النزاهة ومكافحة الفساد مع دول مجلس التعاون الخليجي والدول العربية والإسلامية والصديقة بنسبة (90%).

جدول (14) يوضح اتجاهات القائمين بالاتصال في القنوات التليفزيونية السعودية نحو آليات الاستراتيجية الوطنية لحماية النزاهة ومكافحة الفساد

غير مؤيد	محايد	مؤيد	آليات الاستراتيجية الوطنية لحماية النزاهة ومكافحة الفساد		
ك %	ك %	ك %	ك %	ك %	ك %
-	13.3	16	86.7	104	متابعة تنفيذ الاستراتيجية الوطنية لحماية النزاهة ومكافحة الفساد ورصد نتائجها وتقويمها ومراجعتها ووضع برامج عملها وآليات تطبيقها
2.5	10	12	87.5	105	تنسيق جهود القطاعين العام والخاص في تخطيط ومراقبة برامج مكافحة الفساد وتقويمها
3.3	12.5	15	84.2	101	تلقي التقارير والإحصاءات الدورية للأجهزة المختصة ودراستها وإعداد البيانات التحليلية في شأنها
-	12.5	15	87.5	105	جمع المعلومات والبيانات والإحصاءات وتصنيفها وتحديد أنواعها وتحليلها وتبادلها مع الجهات المختصة ذات العلاقة

يتضح من الجدول السابق أن آليات الاستراتيجية الوطنية لحماية النزاهة ومكافحة الفساد حظيت بشكل عام بتأييد ملحوظ من القائمين بالاتصال في القنوات التليفزيونية السعودية وكان أكثرها تأييداً من القائمين بالاتصال تنسيق جهود القطاعين العام والخاص في تخطيط ومراقبة برامج مكافحة الفساد وتقويمها، وجمع المعلومات والبيانات والإحصاءات وتصنيفها وتحديد أنواعها وتحليلها وتبادلها مع الجهات المختصة ذات العلاقة بنسبة متساوية لكلاً منهما (87.5%).

جدول (15) يوضح اتجاهات القائمين بالاتصال في القنوات التليفزيونية السعودية نحو الاستراتيجية الوطنية لحماية النزاهة ومكافحة الفساد

الاتجاهات	التكرار	النسبة %
اتجاه إيجابي	114	95
اتجاه محايد	6	5
اتجاه سلبي	-	-
الإجمالي	120	100

يتضح من الجدول السابق أن اتجاهات الغالبية العظمى من القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية السعودية نحو الاستراتيجية الوطنية لحماية النزاهة ومكافحة الفساد كانت اتجاهات إيجابية في الترتيب الأول بنسبة (95%)، يليها في الترتيب الثاني من كانت اتجاهاتهم محايدة بنسبة (5%)، ولم يوجد بين أفراد عينة الدراسة أشخاص اتجاهتهم سلبية نحو الاستراتيجية الوطنية لحماية النزاهة ومكافحة الفساد.

جدول (16) يوضح مدى إدراك القائمين بالاتصال لمسئوليتهم الاجتماعية عن توعية الجمهور بالقضايا المتعلقة بحماية النزاهة ومكافحة الفساد

النسبة %	التكرار	مدى إدراك القائمين بالاتصال لمسئوليتهم الاجتماعية عن توعية الجمهور بالقضايا المتعلقة بحماية النزاهة ومكافحة الفساد
71.7	86	مسئول بدرجة كبيرة
26.7	32	مسئول بدرجة متوسطة
1.7	2	مسئول بدرجة قليلة
100	120	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق أن القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية السعودية مدركين لمسئوليتهم الاجتماعية عن توعية الجمهور بالقضايا المتعلقة بحماية النزاهة ومكافحة الفساد وجاء من يرون أنهم مسئولين بدرجة كبيرة في الترتيب الأول بنسبة (71.7%) يليها في الترتيب الثاني من يرون أنهم مسئولين بدرجة متوسطة بنسبة (26.7%)، في حين جاء في الترتيب الثالث والأخير من يرون أنهم مسئولين بدرجة قليلة بنسبة (1.7%).

جدول (17) يوضح مظاهر الفساد التي يجب أن توليها القنوات التلفزيونية السعودية اهتماماً بشكل أكبر عند تناول قضايا حماية النزاهة ومكافحة الفساد

النسبة %	التكرار	مظاهر الفساد
87.5	105	الرشوة
52.5	63	المتاجرة بالنفوذ
84.2	101	إساءة استعمال السلطة
47.5	57	الإثراء غير المشروع
84.2	101	التلاعب بالمال العام باختلاسه أو تبديده أو إساءة استعماله
73.3	88	غسيل الأموال
38.3	46	الجرائم المحاسبية
66.7	80	التزوير
46.7	56	تزييف العملة
73.3	88	الغش التجاري

يوضح الجدول السابق مظاهر الفساد التي يجب أن توليها القنوات التلفزيونية السعودية اهتماماً بشكل أكبر عند تناول قضايا حماية النزاهة ومكافحة الفساد من وجهة نظر القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية السعودية وجاءت الرشوة في الترتيب الأول بنسبة (87.5%)، يليها في الترتيب الثاني إساءة استعمال السلطة، والتلاعب بالمال العام باختلاسه أو تبديده أو إساءة استعماله بنسبة متساوية لكلاً منهما (84.2%)، وجاء في الترتيب الثالث غسيل الأموال، والغش التجاري بنسبة متساوية لكلاً منهما (73.3%)، يليه التزوير في

الترتيب الرابع بنسبة (66.7%)، ثم المتاجرة بالنفوذ في الترتيب الخامس بنسبة (52.5%) يليه في الترتيب السادس الإثراء غير المشروع بنسبة (47.5%)، ثم تزييف العملة في الترتيب السابع بنسبة (46.7%) وجاء في الترتيب الثامن والأخير الجرائم المحاسبية بنسبة (38.3%).

جدول (18) يوضح مقترحات القائمين بالاتصال لتعزيز دور القنوات التلفزيونية السعودية في توعية الجمهور بقضايا حماية النزاهة ومكافحة الفساد.

النسبة %	التكرار	المقترحات
89.2	107	تكثيف التغطية الإعلامية التي تهدف الى تعريف الجمهور بالإستراتيجية الوطنية لحماية النزاهة ومكافحة الفساد
45	54	توجيه المزيد من الاهتمام لتبصير الجمهور بقضايا المجتمع والتحديات التي تواجهه
66.7	80	التركيز على الآثار المترتبة على انتشار الفساد على كافة المستويات السياسية والاقتصادية والاجتماعية وغيرها
55.8	67	المداومة على دعوة المتخصصين وذوي الصلة من النخبة وقادة الرأي والدعاة لمناقشتهم في القنوات التلفزيونية السعودية حول الاستراتيجية الوطنية لحماية النزاهة ومكافحة الفساد
61.7	74	إبراز النماذج الإيجابية لمشاركات الجمهور في الإبلاغ عن الفساد والتصدي له من خلال القنوات التلفزيونية السعودية

يوضح الجدول السابق مقترحات القائمين بالاتصال لتعزيز دور القنوات التلفزيونية السعودية في توعية الجمهور بقضايا حماية النزاهة ومكافحة الفساد وجاء في الترتيب الأول تكثيف التغطية الإعلامية التي تهدف الى تعريف الجمهور بالإستراتيجية الوطنية لحماية النزاهة ومكافحة الفساد بنسبة (89.2%)، يليها في الترتيب الثاني التركيز على الآثار المترتبة على انتشار الفساد على كافة المستويات السياسية والاقتصادية والاجتماعية بنسبة (66.7%)، يليها في الترتيب الثالث إبراز النماذج الإيجابية لمشاركات الجمهور في الإبلاغ عن الفساد والتصدي له من خلال القنوات التلفزيونية السعودية بنسبة (61.7%).

المحور الثاني: نتائج اختبار فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى اهتمام القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية السعودية بمتابعة الأخبار التي تتناول حماية النزاهة ومكافحة الفساد في مصادر المعلومات واتجاهاتهم نحو الاستراتيجية الوطنية لحماية النزاهة ومكافحة الفساد.

جدول (19) يوضح العلاقة مدى اهتمام القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية السعودية بمتابعة الأخبار التي تتناول حماية النزاهة ومكافحة الفساد في مصادر المعلومات واتجاهاتهم نحو الاستراتيجية الوطنية لحماية النزاهة ومكافحة الفساد

المتغيرات	اتجاهات القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية السعودية نحو الاستراتيجية الوطنية لحماية النزاهة ومكافحة الفساد

الدلالة	معامل الارتباط	
دالة**	0.208	مدى اهتمام القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية السعودية بمتابعة الأخبار التي تتناول حماية النزاهة ومكافحة الفساد في مصادر المعلومات

يتضح من الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى اهتمام القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية السعودية بمتابعة الأخبار التي تتناول حماية النزاهة ومكافحة الفساد في مصادر المعلومات واتجاهاتهم نحو الاستراتيجية الوطنية لحماية النزاهة ومكافحة الفساد، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط سبيرمان 0.208 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة 0.05.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى اهتمام القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية السعودية بمتابعة الأخبار التي تتناول حماية النزاهة ومكافحة الفساد في مصادر المعلومات ومدى إدراكهم لمسئوليتهم الاجتماعية عن توعية الجمهور بالقضايا المتعلقة بحماية النزاهة ومكافحة الفساد.

جدول (20) يوضح العلاقة بين مدى اهتمام القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية السعودية بمتابعة الأخبار التي تتناول حماية النزاهة ومكافحة الفساد في مصادر المعلومات ومدى إدراكهم لمسئوليتهم الاجتماعية عن توعية الجمهور بالقضايا المتعلقة بحماية النزاهة ومكافحة الفساد

المتغيرات		
مدى إدراك القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية السعودية لمسئوليتهم الاجتماعية عن توعية الجمهور بالقضايا المتعلقة بحماية النزاهة ومكافحة الفساد		
الدلالة	معامل الارتباط	
دالة**	0.429	مدى اهتمام القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية السعودية بمتابعة الأخبار التي تتناول حماية النزاهة ومكافحة الفساد في مصادر المعلومات

يتضح من الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى اهتمام القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية السعودية بمتابعة الأخبار التي تتناول حماية النزاهة ومكافحة الفساد في مصادر المعلومات ومدى إدراكهم لمسئوليتهم الاجتماعية عن توعية الجمهور بالقضايا المتعلقة بحماية النزاهة ومكافحة الفساد حيث بلغت قيمة معامل ارتباط سبيرمان 0.429 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة 0.01.

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية السعودية نحو الاستراتيجية الوطنية لحماية النزاهة ومكافحة الفساد ومدى إدراكهم لمسئوليتهم الاجتماعية عن توعية الجمهور بالقضايا المتعلقة بحماية النزاهة ومكافحة الفساد.

جدول (21) يوضح العلاقة بين اتجاهات القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية السعودية نحو الاستراتيجية الوطنية لحماية النزاهة ومكافحة الفساد ومدى إدراكهم

لمسئوليتهم الاجتماعية عن توعية الجمهور بالقضايا المتعلقة بحماية النزاهة ومكافحة الفساد

المتغيرات		إدراك القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية السعودية لمسئوليتهم الاجتماعية عن توعية الجمهور بالقضايا المتعلقة بحماية النزاهة ومكافحة الفساد
معامل الارتباط	الدلالة	
0.296	دال **	اتجاهات القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية السعودية نحو الاستراتيجية الوطنية لحماية النزاهة ومكافحة الفساد

يتضح من الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية السعودية نحو الاستراتيجية الوطنية لحماية النزاهة ومكافحة الفساد ومدى إدراكهم لمسئوليتهم الاجتماعية عن توعية الجمهور بالقضايا المتعلقة بحماية النزاهة ومكافحة الفساد حيث بلغت قيمة معامل ارتباط سبيرمان 0.296 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة 0.01.

الفرض الرابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مدى إدراك القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية السعودية لمسئوليتهم الاجتماعية عن توعية الجمهور بالقضايا المتعلقة بحماية النزاهة ومكافحة الفساد باختلاف المتغيرات الديموغرافية (النوع-الوظيفة-ملكية القناة-عدد سنوات الخبرة-التخصص الدراسي-المستوى التعليمي).

جدول (22) يوضح مدى إدراك القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية السعودية لمسئوليتهم الاجتماعية عن توعية الجمهور بالقضايا المتعلقة بحماية النزاهة ومكافحة الفساد باختلاف النوع

النوع	التكرارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجة الحرية	الدلالة
ذكور	115	2.6957	0.49866	0.460	118	غير دالة
إناث	5	2.8000	0.44721			
الإجمالي	120					

يتضح من الجدول السابق أن قيمة (ت) = 0.460، ودرجة الحرية (118)، وهي غير دالة عند مستوى (0.05) مما يعني عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مدى إدراك القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية السعودية لمسئوليتهم الاجتماعية عن توعية الجمهور بالقضايا المتعلقة بحماية النزاهة ومكافحة الفساد باختلاف النوع.

جدول (23) يوضح المتوسطات والانحرافات المعيارية لمدى إدراك القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية السعودية لمسئوليتهم الاجتماعية عن توعية الجمهور بالقضايا المتعلقة بحماية النزاهة ومكافحة الفساد باختلاف الوظيفة

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	التكرارات	الوظيفة
0.00000	3.0000	10	معد
0.38878	2.8205	39	مذيع
0.61721	2.6667	15	محرر أخبار
0.50637	2.5556	27	مراسل ميداني
0.54772	2.4000	5	مصور
0.34157	2.8750	16	مخرج
1.15470	2.3333	3	مونتير
0.00000	2.0000	5	مستشار إعلامي
0.49536	2.7000	120	المجموع

مدى إدراك القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية السعودية لمسئوليتهم الاجتماعية عن توعية الجمهور بالقضايا المتعلقة بحماية النزاهة ومكافحة الفساد باختلاف الوظيفة

جدول (24) يوضح تحليل التباين لدلالة الفروق في مدى إدراك القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية السعودية لمسئوليتهم الاجتماعية عن توعية الجمهور بالقضايا المتعلقة بحماية النزاهة ومكافحة الفساد باختلاف الوظيفة

الدلالة	ف	متوسط مجموع المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	لغزق
بين المجموعات		0.834	7	5.840	
داخل	دالة*	0.209	112	23.360	
مجموع			119	29.200	

تشير بيانات الجدول السابق الى وجود فروق ذات دلالة احصائية في مدى إدراك القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية السعودية لمسئوليتهم الاجتماعية عن توعية الجمهور بالقضايا المتعلقة بحماية النزاهة ومكافحة الفساد باختلاف الوظيفة حيث بلغت قيمة ف 4.000 وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة 0.05، وهو ما يعني صحة الفرض الذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مدى إدراك القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية السعودية لمسئوليتهم الاجتماعية عن توعية الجمهور بالقضايا المتعلقة بحماية النزاهة ومكافحة الفساد باختلاف الوظيفة.

جدول (25) يوضح نتائج تحليل L.S.D لمعرفة الفروق بين المجموعات في مدى إدراك القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية السعودية لمسئوليتهم الاجتماعية عن توعية الجمهور بالقضايا المتعلقة بحماية النزاهة ومكافحة الفساد باختلاف الوظيفة

المجموعات	معد	مذيع	محرر أخبار	مراسل ميداني	مصور	مخرج	مونتير	مستشار إعلامي	المتوسط
معد	-								3.0000
مذيع	0.17949	-							2.8205
محرر أخبار	0.33333	0.15385	-						2.6667
مراسل ميداني	*0.44444	*0.26496	0.11111	-					2.5556
مصور	*0.60000	0.42051	0.26667	0.15556	-				2.4000
مخرج	0.12500	0.05449	0.20833	*0.31944	*0.47500	-			2.8750
مونتير	*0.66667	0.48718	0.33333	0.22222	0.06667	0.54167	-		2.3333
مستشار إعلامي	*1.00000	*0.82051	*0.66667	*0.55556	0.40000	*0.87500	0.33333	-	2.0000

ويتضح من الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة احصائية بين القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية السعودية في مدى إدراكهم لمسئوليتهم الاجتماعية عن توعية الجمهور بالقضايا المتعلقة بحماية النزاهة ومكافحة الفساد باختلاف الوظيفة، حيث وجد اختلاف بين المعد والمراسل الميداني في مدى إدراكهم لمسئوليتهم الاجتماعية عن توعية الجمهور بالقضايا المتعلقة بحماية النزاهة ومكافحة الفساد لصالح المعد كما وجد اختلاف بين المعد والمصور في مدى إدراكهم لمسئوليتهم الاجتماعية عن توعية الجمهور بالقضايا المتعلقة بحماية النزاهة ومكافحة الفساد لصالح المعد كما وجد اختلاف بين المعد والمونتير في مدى إدراكهم لمسئوليتهم الاجتماعية عن توعية الجمهور بالقضايا المتعلقة بحماية النزاهة ومكافحة الفساد لصالح المعد وايضاً وجد اختلاف بين المعد والمستشار الإعلامي في مدى إدراكهم لمسئوليتهم الاجتماعية عن توعية الجمهور بالقضايا المتعلقة بحماية النزاهة ومكافحة الفساد لصالح المعد، وكذلك وجد اختلاف بين المذيع والمراسل الميداني في مدى إدراكهم لمسئوليتهم الاجتماعية عن توعية الجمهور بالقضايا المتعلقة بحماية النزاهة ومكافحة الفساد لصالح المذيع كما وجد اختلاف بين المذيع والمستشار الإعلامي في مدى إدراكهم لمسئوليتهم الاجتماعية عن توعية الجمهور بالقضايا المتعلقة بحماية النزاهة ومكافحة الفساد لصالح محرر الأخبار، وكذلك وجد اختلاف بين المراسل الميداني والمخرج في مدى إدراكهم لمسئوليتهم الاجتماعية عن توعية الجمهور بالقضايا المتعلقة بحماية النزاهة ومكافحة الفساد لصالح المخرج كما وجد اختلاف بين المراسل الميداني والمستشار الإعلامي في مدى إدراكهم لمسئوليتهم الاجتماعية عن توعية الجمهور بالقضايا المتعلقة بحماية النزاهة ومكافحة الفساد لصالح المراسل الميداني، وكذلك وجد اختلاف بين المصور والمخرج في مدى إدراكهم لمسئوليتهم الاجتماعية عن توعية الجمهور بالقضايا

المتعلقة بحماية النزاهة ومكافحة الفساد لصالح المخرج، وأخيراً وجد اختلاف بين المخرج والمستشار الإعلامي في مدى إدراكهم لمسئوليتهم الاجتماعية عن توعية الجمهور بالقضايا المتعلقة بحماية النزاهة ومكافحة الفساد لصالح المخرج.

جدول (26) يوضح مدى إدراك القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية السعودية لمسئوليتهم الاجتماعية عن توعية الجمهور بالقضايا المتعلقة بحماية النزاهة ومكافحة الفساد باختلاف ملكية القناة

الدرجة الحرية	القيمة ت	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	التكرارات	ملكية القناة	مدى إدراك القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية السعودية لمسئوليتهم الاجتماعية عن توعية الجمهور بالقضايا المتعلقة بحماية النزاهة ومكافحة الفساد باختلاف ملكية القناة
غير دالة	118	0.976	0.48800	2.6827	104	حكومية
			0.54391	2.8125	16	خاصة
				120	الإجمالي	

يتضح من الجدول السابق أن قيمة (ت) = 0.976، ودرجة الحرية (118)، وهي غير دالة عند مستوى (0.05) مما يعني عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية في مدى إدراك القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية السعودية لمسئوليتهم الاجتماعية عن توعية الجمهور بالقضايا المتعلقة بحماية النزاهة ومكافحة الفساد باختلاف الملكية.

جدول (27) يوضح المتوسطات والانحرافات المعيارية لمدى إدراك القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية السعودية لمسئوليتهم الاجتماعية عن توعية الجمهور بالقضايا المتعلقة بحماية النزاهة ومكافحة الفساد باختلاف عدد سنوات الخبرة

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	التكرارات	عدد سنوات الخبرة	مدى إدراك القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية السعودية لمسئوليتهم الاجتماعية عن توعية الجمهور بالقضايا المتعلقة بحماية النزاهة ومكافحة الفساد باختلاف عدد سنوات الخبرة
0.41885	2.7895	19	أقل من خمس أعوام	

0.50662	2.5600	25	من خمس أعوام إلى أقل من خمسة عشر عاماً
0.50593	2.7237	76	أكثر من خمسة عشر عاماً
0.49536	2.7000	120	المجموع

جدول (28) يوضح تحليل التباين لدلالة الفروق في مدى إدراك القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية السعودية لمسئوليتهم الاجتماعية عن توعية الجمهور بالقضايا المتعلقة بحماية النزاهة ومكافحة الفساد باختلاف عدد سنوات الخبرة

الفروق	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	ف	الدلالة
بين المجموعات	0.685	2	0.342	1.405	غير دالة
داخل	28.515	117	0.244		
بمجموع	29.200	119			

تشير بيانات الجدول السابق الى عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية في مدى إدراك القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية السعودية لمسئوليتهم الاجتماعية عن توعية الجمهور بالقضايا المتعلقة بحماية النزاهة ومكافحة الفساد باختلاف عدد سنوات الخبرة حيث بلغت قيمة ف 1.405 وهذه القيمة غير دالة عند مستوى دلالة 0.05، وهو ما يعني عدم صحة الفرض الذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مدى إدراك القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية السعودية لمسئوليتهم الاجتماعية عن توعية الجمهور بالقضايا المتعلقة بحماية النزاهة ومكافحة الفساد باختلاف عدد سنوات الخبرة.

جدول (29) يوضح مدى إدراك القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية السعودية لمسئوليتهم الاجتماعية عن توعية الجمهور بالقضايا المتعلقة بحماية النزاهة ومكافحة الفساد باختلاف التخصص الدراسي

الدلالة	درجة الحرية	قيمة ت	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	التكرارات	التخصص الدراسي	مدى إدراك القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية السعودية الاجتماعية عن توعية الجمهور بالقضايا المتعلقة بحماية النزاهة ومكافحة الفساد باختلاف التخصص الدراسي
غير دالة	118	2.392	0.47667	2.7750	80	تخصص إعلام	

			0.50383	2.5500	40	تخصص آخر غير الإعلام
					120	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق أن قيمة (ت) = 2.392، ودرجة الحرية (118)، وهي غير دالة عند مستوى (0.05) مما يعني عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية في مدى إدراك القائمين بالاتصال في القنوات التليفزيونية السعودية لمسئوليتهم الاجتماعية عن توعية الجمهور بالقضايا المتعلقة بحماية النزاهة ومكافحة الفساد باختلاف التخصص الدراسي.

جدول (30) يوضح المتوسطات والانحرافات المعيارية لمدى إدراك القائمين بالاتصال في القنوات التليفزيونية السعودية لمسئوليتهم الاجتماعية عن توعية الجمهور بالقضايا المتعلقة بحماية النزاهة ومكافحة الفساد باختلاف المستوى التعليمي

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	التكرارات	المستوى التعليمي
0.65134	2.6667	12	تعليم قبل جامعي
0.51560	2.6250	72	تعليم جامعي
0.35074	2.8611	36	دراسات عليا
0.49536	2.7000	120	المجموع

مدى إدراك القائمين بالاتصال في القنوات التليفزيونية السعودية لمسئوليتهم الاجتماعية عن توعية الجمهور بالقضايا المتعلقة بحماية النزاهة ومكافحة الفساد باختلاف المستوى التعليمي

جدول (31) يوضح تحليل التباين لدلالة الفروق في مدى إدراك القائمين بالاتصال في القنوات التليفزيونية السعودية لمسئوليتهم الاجتماعية عن توعية الجمهور بالقضايا المتعلقة بحماية النزاهة ومكافحة الفساد باختلاف المستوى التعليمي

الفروق	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	ف	الدلالة
بين المجموعات	1.353	2	0.676		
داخل	27.847	117	0.238	2.842	دالة*
مجموع	29.200	119			

تشير بيانات الجدول السابق الى وجود فروق ذات دلالة احصائية في مدى إدراك القائمين بالاتصال في القنوات التليفزيونية السعودية لمسئوليتهم الاجتماعية عن توعية الجمهور بالقضايا المتعلقة بحماية النزاهة ومكافحة الفساد باختلاف المستوى التعليمي حيث بلغت قيمة ف 2.842 وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة 0.05، وهو ما يعني صحة الفرض الذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مدى إدراك القائمين بالاتصال في القنوات التليفزيونية السعودية لمسئوليتهم الاجتماعية عن توعية الجمهور بالقضايا المتعلقة بحماية النزاهة ومكافحة الفساد باختلاف المستوى التعليمي.

جدول (32) يوضح نتائج تحليل L.S.D لمعرفة الفروق بين المجموعات في مدى إدراك القائمين بالاتصال في القنوات التليفزيونية السعودية لمسئوليتهم الاجتماعية عن توعية الجمهور بالقضايا المتعلقة بحماية النزاهة ومكافحة الفساد باختلاف المستوى التعليمي

المجموعات	تعليم قبل جامعي	تعليم جامعي	دراسات عليا	المتوسط
تعليم قبل جامعي	-			2.6667
تعليم جامعي	0.04167	-		2.6250
دراسات عليا	0.19444	*0.23611	-	2.8611

ويتضح من الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة احصائية في مدى إدراك القائمين بالاتصال في القنوات التليفزيونية السعودية لمسئوليتهم الاجتماعية عن توعية الجمهور بالقضايا المتعلقة بحماية النزاهة ومكافحة الفساد باختلاف المستوى التعليمي حيث وجد اختلاف بين التعليم الجامعي والدراسات العليا لصالح الدراسات العليا.

ومما سبق يتضح صحة الفرض الرابع جزئياً حيث تبين أنه " توجد فروق ذات دلالة احصائية في مدى إدراك القائمين بالاتصال في القنوات التليفزيونية السعودية لمسئوليتهم الاجتماعية عن توعية الجمهور بالقضايا المتعلقة بحماية النزاهة ومكافحة الفساد باختلاف الوظيفة والمستوى التعليمي في حين لم توجد فروق ذات دلالة احصائية في مدى إدراك القائمين بالاتصال في القنوات التليفزيونية السعودية لمسئوليتهم الاجتماعية عن توعية الجمهور بالقضايا المتعلقة بحماية النزاهة ومكافحة الفساد باختلاف النوع ، او ملكية القناة، أو عدد سنوات الخبرة، أو التخصص الدراسي "

الخاتمة:

هدفت الدراسة الحالية الى التعرف على مدى إدراك القائمين بالاتصال في القنوات التليفزيونية السعودية لدورهم في توعية الجمهور بالاستراتيجية الوطنية لحماية النزاهة ومكافحة الفساد، وتدرج الدراسة تحت الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح، واعتمدت في جمع البيانات على أداة الاستبيان التي تم تطبيقها على عينة قوامها (120) مبحوث من القائمين بالاتصال في القنوات التليفزيونية السعودية الحكومية والخاصة في مدينة الرياض خلال شهر فبراير 2022م، وتوصلت الدراسة الى العديد من النتائج من أهمها:

1- أن أغلبية القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية السعودية يهتمون بمتابعة الأخبار التي تتناول حماية النزاهة ومكافحة الفساد في مصادر المعلومات المختلفة بنسبة وصلت الى (95%) تراوحت بين الاهتمام بدرجة كبيرة والاهتمام بدرجة متوسطة، في مقابل (5%) فقط من أفراد العينة يهتمون بدرجة قليلة.

2- فيما يتعلق بأهم المصادر التي يفضلها القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية السعودية في متابعة الأخبار التي تتناول حماية النزاهة ومكافحة الفساد فقد جاءت شبكات التواصل الاجتماعي في الترتيب الأول بنسبة (61.7%)، يليها في الترتيب الثاني القنوات الفضائية السعودية بنسبة (60.8%)، ثم المواقع الإلكترونية الرسمية للجهات الحكومية في الترتيب الثالث بنسبة (49.2%).

3- أن اتجاهات الغالبية العظمى من القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية السعودية نحو الاستراتيجية الوطنية لحماية النزاهة ومكافحة الفساد كانت اتجاهات إيجابية في الترتيب الأول بنسبة (95%)، يليها في الترتيب الثاني من كانت اتجاهاتهم محايدة بنسبة (5%)، ولم يوجد بين أفراد عينة الدراسة أشخاص اتجاهتهم سلبية نحو الاستراتيجية الوطنية لحماية النزاهة ومكافحة الفساد.

4- أن القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية السعودية مدركين لمسئوليتهم الاجتماعية عن توعية الجمهور بالقضايا المتعلقة بحماية النزاهة ومكافحة الفساد وجاء من يرون أنهم مسؤولين بدرجة كبيرة في الترتيب الأول بنسبة (71.7%) يليها في الترتيب الثاني من يرون أنهم مسؤولين بدرجة متوسطة بنسبة (26.7%)، في حين جاء في الترتيب الثالث والأخير من يرون أنهم مسؤولين بدرجة قليلة بنسبة (1.7%).

5- فيما يتعلق بمظاهر الفساد التي يجب أن توليها القنوات التلفزيونية السعودية اهتماماً أكبر عند تناول قضايا حماية النزاهة ومكافحة الفساد من وجهة نظر القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية السعودية فقد جاءت الرشوة في الترتيب الأول بنسبة (87.5%)، يليها في الترتيب الثاني إساءة استعمال السلطة، والتلاعب بالمال العام باختلاسه أو تبديده أو إساءة استعماله بنسبة متساوية لكلاً منهما (84.2%)، وجاء في الترتيب الثالث غسيل الأموال، والغش التجاري بنسبة متساوية لكلاً منهما (73.3%)، يليه التزوير في الترتيب الرابع بنسبة (66.7%)، ثم المتاجرة بالنفوذ في الترتيب الخامس بنسبة (52.5%).

6- تبين وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى اهتمام القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية السعودية بمتابعة الأخبار التي تتناول حماية النزاهة ومكافحة الفساد في مصادر المعلومات واتجاهاتهم نحو الاستراتيجية الوطنية لحماية النزاهة ومكافحة الفساد.

7- تبين وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى اهتمام القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية السعودية بمتابعة الأخبار التي تتناول حماية النزاهة ومكافحة الفساد في مصادر المعلومات ومدى إدراكهم لمسئوليتهم الاجتماعية عن توعية الجمهور بالقضايا المتعلقة بحماية النزاهة ومكافحة الفساد

8- تبين وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية السعودية نحو الاستراتيجية الوطنية لحماية النزاهة ومكافحة الفساد ومدى إدراكهم لمسئوليتهم الاجتماعية عن توعية الجمهور بالقضايا المتعلقة بحماية النزاهة ومكافحة الفساد.

9- تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مدى إدراك القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية السعودية لمسئوليتهم الاجتماعية عن توعية الجمهور بالقضايا المتعلقة بحماية النزاهة ومكافحة الفساد باختلاف الوظيفة والمستوى التعليمي في حين لم توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مدى إدراك القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية السعودية لمسئوليتهم الاجتماعية عن توعية الجمهور بالقضايا المتعلقة بحماية النزاهة ومكافحة الفساد باختلاف النوع، أو ملكية القناة، أو عدد سنوات الخبرة، أو التخصص الدراسي.

التوصيات:

- توجيه المزيد من الاهتمام بالدراسات الإعلامية التي تتناول تقييم الجمهور باختلاف فئاته للدور الذي تقوم به وسائل الإعلام التقليدية والرقمية في التوعية بمظاهر الفساد وكيفية التوظيف الأمثل لهذه الوسائل من أجل مكافحة الفساد والتصدي له.
- توجيه المزيد من الاهتمام بالدراسات التي تركز على تحليل مضمون المواد الإعلامية التي تتناول قضايا الفساد في وسائل الإعلام المختلفة للوقوف على نقاط القوة والضعف فيها وتقويم كيفية طرح القضايا ومعالجتها.
- تكثيف التغطية الإعلامية التي تهدف الى تعريف الجمهور بالاستراتيجية الوطنية لحماية النزاهة ومكافحة الفساد.
- تركيز وسائل الإعلام على الآثار السلبية المترتبة على انتشار الفساد على كافة المستويات السياسية والاقتصادية والاجتماعية وغيرها.
- المداومة على دعوة المتخصصين وذوي الصلة من النخبة وقادة الرأي والدعاة لمناقشتهم في القنوات التلفزيونية السعودية حول الاستراتيجية الوطنية لحماية النزاهة ومكافحة الفساد.
- إبراز النماذج الإيجابية لمشاركات الجمهور في الإبلاغ عن الفساد والتصدي له من خلال القنوات التلفزيونية السعودية.
- أن توجه القنوات التلفزيونية بشكل عام والبرامج الحوارية بشكل خاص المزيد من الاهتمام لمناقشة قضايا المجتمع والتحديات التي تواجهه.
- تضافر الجهود بين مختلف المؤسسات المعنية بالتنشئة الاجتماعية الأسرة والمدرسة ودور العبادة من أجل غرس القيم الإيجابية لدى أفراد المجتمع وإظهار الفساد في صورة سلبية ومجرمة وغير مقبولة اجتماعياً.
- تضافر جهود وسائل الإعلام المختلفة المقروءة والمسموعة والمرئية التقليدية والرقمية للقيام بحملات إعلامية واسعة ومستمرة تهدف الى توعية الجمهور بعواقب الفساد وتبين

الحاجة الى إجراء إصلاحات إدارية واجتماعية ومالية من شأنها تسهيل وانسيابية المعاملات
وسد الثغرات التي من الممكن أن يتسلل منها الفساد.

قائمة مراجع الدراسة:

- 1 - دغمش، محمد سامر. (2018). استراتيجيات مواجهة الفساد المالي والإداري والموجهة الجنائية والآثار المترتبة على الفساد. القاهرة: مركز الدراسات العربية، ص 9.
- 2- الشمري، هاشم & الفتلي، إيثار. (2019). الفساد الإداري والمالي وأثاره الاقتصادية والاجتماعية. عمان: دار اليازوري العلمية، ص 75.

3- النجار، ألويةزة. (2017). دور الإعلام والمجتمع المدني في مكافحة الفساد. مجلة التواصل بين الاقتصاد والإدارة والقانون، العدد الواحد والخمسين، سبتمبر 2017، ص 88.

4- صولي، إبتسام. (2016). الإعلام كآلية لمكافحة الفساد. الملتقى الدولي الخامس عشر حول الفساد ومكفحته في الدول المغاربية المنعقد يومي 13-14 أبريل 2015، مجلة الحقوق والحريات، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد الثاني، ص 79.

5- الهيئة الوطنية لحماية النزاهة ومكافحة الفساد، المنصة السعودية الوطنية للخدمات الحكومية، متاح بتاريخ 11-1-2022م على الموقع التالي:

<https://www.my.gov.sa/wps/portal/snp/main>

6- رؤية 2030 للمملكة العربية السعودية. ص 55، الرؤية متاحة بتاريخ 31-1-2022 م على الموقع التالي:

https://www.vision2030.gov.sa/media/5ptbkbxn/saudi_vision2030_ar.pdf

7- حوار تليفزيوني أجراه الإعلامي داود الشريان مع ولي العهد السعودي سمو الأمير محمد بن سلمان على شبكة MBC. الحوار متاح بتاريخ 27-1-2022 م على الموقع التالي:

<https://www.youtube.com/watch?v=rILc5p81ESA>

8- عبد الخالق، نهى. (2021). موقف الإعلام المستقبلي من تفشي ظاهرة الفساد: دراسة في ضوء قواعد القانون الدولي العام. مجلة كلية القانون للعلوم القانونية والسياسية، جامعة كركوك، المجلد العاشر، العدد التاسع والثلاثون، ص 461.

9- الحاج، كمال. (2020). نظريات الإعلام والاتصال. منشورات الجامعة الافتراضية السورية، ص 48، متاح بتاريخ 15-1-2022 م على الموقع التالي:

https://pedia.svuonline.org/pluginfile.php/2806/mod_resource/content/19/%D9%86%D8%B8%D8%B1%D9%8A%D8%A7%D8%AA%20%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AA%D8%B5%D8%A7%D9%84%20%D9%88%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85.pdf

10- عمر، أحمد مختار. (2008). معجم اللغة العربية المعاصرة. القاهرة: علم الكتب، ط1، ص 2198.

11- الغامدي، ماجد سالم حميد. (2017). النزاهة قيم وسلوك. شبكة الألوكة، ص 16، الكتاب متاح بتاريخ 9-1-2022م على الموقع التالي:

www.alukah.net

12- إبراهيم، سهام & آخرون. (2019). الشفافية الإدارية ودورها في الحد من الفساد الإداري من وجهة نظر موظفي هيئة الرقابة الإدارية بمدينة الكفرة. المؤتمر العلمي الدولي الثالث لكلية الاقتصاد والتجارة، جامعة بنغازي، في الفترة من 11-12 نوفمبر، ص 462.

13- الشهري، ليلي علي أحمد. (2017). الفساد مكافحته والوقاية منه رؤية شرعية. المجلد الثامن، العدد الثالث والثلاثين، حولية كلية الدراسات الإسلامية والعربية للبنات بالإسكندرية، ص 275.

14- الاستراتيجية الوطنية لحماية النزاهة ومكافحة الفساد. صدرت بقرار مجلس الوزراء ذي الرقم 43 في 1428/2/1 هـ وتعميم وزير العدل ذي الرقم 13/ت/3066 في 1428/2/22 هـ، متاح بتاريخ 1-1-2022 م على الموقع التالي:

<https://adlm.moj.gov.sa/attach/602.pdf>

15 - القرآن الكريم، الأعراف:56.

16 - القرآن الكريم، البقرة: 205.

17- الدهمشي، فلاح عامر & اخرون. (2019). نظريات الاتصال الجماهيري. المملكة العربية السعودية، مكتبة المنتبي، ص 30.

18- عثمان، أحمد أحمد. (2015). حقوق المتلقي في إطار المسؤولية الاجتماعية للإعلام. المؤتمر العلمي الدولي الحادي عشر لكلية الإعلام جامعة القاهرة، الاعلام وبناء الدولة الضوابط المهنية والتشريعية وأخلاقيات الممارسة، 26-27 مايو، ص.278

19- Lee, Lynda & Holtz, Christina. (2008). **Social Responsibility Theory, Encyclopedia of Political Communication.** Thousand Oaks, Sage Publications.

20- إسماعيل، محمود حسن. (2013). نظريات الإعلام. القاهرة: المكتبة المصرية للمطبوعات، ص 66.

21- Mcqial, Denis. (1994). **Mass Communication Theory: an introduction.** London, Sage Publication, p125.

22 Ravi, B.K. (2012). Media and Social Responsibility: A Critical Perspective with Special Reference to Television. **Academic Research International**, vol.2, no.1, P.307.

23- النمر، مصطفى & البطريق، غادة. (2019). نظريات الاتصال. الرياض: دار عبد الله المقحم، ص 93.

24- مصلح، حسين محمد. (2017). دور الإعلام في مكافحة الفساد، بحث مقدم للمؤتمر العلمي السنوي العاشر الذي أقامته كلية الحقوق جامعة طنطا في الفترة من 27-28 أبريل 2017 بعنوان الإعلام ومكافحة الفساد، ص 25. متاح بتاريخ 19-2-2022م على الموقع التالي:

<https://law.tanta.edu.eg/files/conf4/%D8%AC%D9%84%D8%B3%D8%A9%20%D8%A7%D9%88%D9%84%D9%89%20%D8%A7%D9%84%D9%8A%D9%88%D9%85%20%D8%A7%D9%84%D8%AB%D8%A7%D9%86%D9%89/%D8%AF%D9%88%D8%B1%20%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85%20%D9%81%D9%8A%20%D9%85%D9%83%D8%A7%D9%81%D8%AD%D8%A9%20%D8%A7%D9%84%D9%81%D8%B3%D8%A7%D8%AF.pdf>

- 25 - عمران، عبد الله. (2021). أيدلوجيا الإنتاج الإخباري في ظل التنافسية الرقمية: دراسة مسحية للقائم بالاتصال في القنوات الإخبارية. *مجلة البحوث الإعلامية*، جامعة الأزهر، العدد التاسع والخمسون، المجلد الأول.
- 26- المكاوي، بسام & عبد الحميد، عمرو. (2021). تطبيقات الذكاء الاصطناعي ودورها في تطوير العمل بالمؤسسات الإعلامية الإماراتية: دراسة ميدانية على القائمين بالاتصال. *المجلة العربية للإعلام والاتصال*، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، العدد الثامن والعشرون.
- 27- غالي، نها. (2021). توظيف التكنولوجيا لرقمية في الممارسة المهنية بوسائل الإعلام الإقليمية واتجاهات القائم بالاتصال نحوها: دراسة ميدانية. *مجلة البحوث الإعلامية*، جامعة الأزهر، المجلد التاسع والخمسين، العدد الرابع.
- 28- فتحي، أحمد & رشيد، حسين. (2021). أبعاد السياسة الإعلامية في القنوات الفضائية الموجهة من وجهة نظر القائم بالاتصال. *مجلة الباحث الإعلامي*، العدد الواحد والخمسين.
- 29- حمدي، عيبر. (2021). أثر القيادة التحويلية على تحسين الأداء الإعلامي للقنوات الفضائية المصرية من منظور القائم بالاتصال. *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد العشرين، العدد الثاني.
- 30- الناغي، ولاء & مصطفى، هبة. (2020). العوامل المؤثرة على إدراك القائم بالاتصال لأدواره الإعلامية وعلاقتها بالسلطة المحلية دراسة مسحية للقائم بالاتصال في الإعلام التقليدي والجديد في محافظة بور سعيد. *مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط*، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، العدد السابع والعشرون.
- 31- منصور، أمين. (2020). أنواع ومصادر الضغوط في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية على مهنية القائم بالاتصال دراسة ميدانية. *المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي*، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، المجلد الثامن، العدد الأول.
- 32- عبد الرحمن، غادة أحمد. (2020). استراتيجيات تعامل القائم بالاتصال بالقنوات الفضائية الحكومية والخاصة في التصدي للشائعات. *المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون*، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، العدد العشرون.
- 33- عبد الراضي، علا. (2020). العوامل المؤثرة في الأداء المهني للقائم بالاتصال بوسائل الإعلام الإقليمية في ظل الثورة التكنولوجية. *المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري*، كلية الإعلام، جامعة بني سويف، المجلد الأول، العدد الأول.
- 34 - الكنانى، محسن. (2019). تزييف المضامين الإعلامية في القنوات الفضائية التليفزيونية: دراسة ميدانية في دوافع وأسباب القائم بالاتصال. *مجلة آداب المستنصرية*، العدد السابع والثمانين.
- 35- صلاح، محمد. (2018). العوامل المؤثرة في بناء أجندة القائمين بالاتصال في قناة اكستر نيوز الإخبارية المصرية. *مجلة البحوث الإعلامية*، جامعة الأزهر، المجلد التاسع والأربعون، الجزء الأول.

- 36- عبد العاطي، علاء. (2018). اعتماد القائم بالاتصال في الفضائيات الحكومية والخاصة على معلومات تويتر وتقييمهم لمدى مصداقيتها. *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد السابع عشر، العدد الثاني.*
- 37- الصبيحي، محمد. (2017). إدراك الإعلاميين السعوديين لأدوارهم الوظيفية والمهنية في بيئة الإعلام الرقمي. *المجلة العربية للإعلام والاتصال، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، العدد الثامن عشر.*
- 38- البقمي، شارع. (2015). اتجاهات الإعلاميين نحو مصداقية المتحدث الرسمي. *المجلة العربية للإعلام والاتصال، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، العدد الثالث عشر.*
- 39- آل علي، فوزية عبد الله. (2015). تقويم أداء القائم بالاتصال في القنوات الفضائية الإماراتية: دراسة مقارنة بين اتجاهات الجمهور والإعلاميات. *المجلة العربية للإعلام والاتصال، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، العدد الرابع عشر.*
- 40 - أبو الحسن، منال. (2012). المسؤولية الاجتماعية للقائم بالاتصال تجاه قضايا المواطنة، *مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، العدد الثامن والثلاثون.*
- 41 - أبو يوسف، ايناس. (2012). اتجاهات الإعلاميين المصريين نحو إعادة هيكلة إعلام الدولة بعد ثورة 25 يناير دراسة ميدانية على عينة من الإعلاميين بالصحف القومية واتحاد الإذاعة والتلفزيون. *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد الحادي عشر، العدد الأول، عدد خاص (الرأي العام وثورة 25 يناير).*
- 42- عثمان، صفا. (2011). تقييم الأداء المهني للقائم بالاتصال في القنوات التلفزيونية الحكومية والخاصة بعد ثورة 25 يناير 2011. *مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، العدد السادس والثلاثون، المجلد الثاني.*
- 43- آل علي، فوزية عبد الله. (2008). دور القائم بالاتصال في تبني البرامج الحوارية التلفزيونية لمسئوليتها تجاه المجتمع في دولة الإمارات: دراسة ميدانية. *المؤتمر العلمي الدولي الرابع عشر للإعلام بين الحرية والمسئولية، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، الجزء الثالث.*
- 44 Al-asmari, Mushabab. (2021). the Impact of Social Networking on the Development of Social Responsibility: Applied Study on A sample of Saudi Youth. *Journal of Interdisciplinary Research, vol.11, issue.2.*
- 45- حلمي، وجدي. (2021). المسؤولية الاجتماعية والأمنية للإعلام السعودي في مواجهة التدخل الخارجي لشئون المملكة الداخلية وأثره على التنمية المستدامة. *المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد السادس والسبعين.*
- 46- عماد، مهيرة. (2021). المسؤولية الاجتماعية للصحافة المصرية نحو قضية الإرهاب الإلكتروني ودور الحكومة في التصدي لها: دراسة تطبيقية. *مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، المجلد السابع والخمسين، العدد الرابع.*

47 Khan, Rachel. (2020). Social Responsibility Theory of the Press and Its Effect on Framing TV News about Children. **Journal of Media Ethics**, Vol. 35 Issue 3.

48- صلاح، رباب. (2020). تقييم النخبة الأكاديمية الإعلامية لاداء وسائل الإعلام في إدارة أزمة كورونا في إطار نظرية المسؤولية الاجتماعية. **مجلة البحوث الإعلامية**، جامعة الأزهر، المجلد الخامس والخمسين، الجزء الرابع.

49 - عبده، منال. (2020). إدراك الفتة الجامعية لمفهوم المسؤولية الاجتماعية المقدم في برامج المرأة بالقنوات الفضائية وعلاقته بمشاركتها السياسية. **مجلة البحوث الإعلامية**، جامعة الأزهر، المجلد الرابع والخمسين، الجزء السابع.

50- خليفة، حسين & شكري، محمد. (2020). المسؤولية الاجتماعية للبرامج الحوارية في التلفزيون البحريني في تناول أداء السلطة التشريعية. **مجلة البحوث الإعلامية**، جامعة الأزهر، المجلد الرابع والخمسين، الجزء السادس.

51- البطريق، غادة. (2019). وعي الإعلاميين بدورهم في تشكيل الاتجاهات نحو المرأة بما يتوافق مع رؤية 2030 للمملكة العربية السعودية في إطار نظرية المسؤولية الاجتماعية. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الثامن والستين.

52- عطية، بسنت. (2019). المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام في رسم صورة الجماعات العرقية دراسة تطبيقية على الجمهور المصري والجماعات العرقية. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد التاسع والستين.

53- حمدي، إيهاب. (2018). واقع الممارسة العملية لبرامج الحوار (التوك شو) بين القواعد المهنية والمسؤولية الاجتماعية: العملية الشاملة في سيناء 2018 نموذجاً - تحليل مقارنة لعينة من حلقات القنوات المصرية الوطنية والمعادية. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، عدد خاص لأعمال المؤتمر الرابع والعشرين (نحو تجسير الفجوة بين الإعلام والجمهور)، الجزء الثاني.

54 Wagner, Geoffrey. (2017). Ninth Grade Students Perceptions of Social Media Responsibility & Cyberbullying, **Submitted in Partial Fulfilment of the Requirements for the degree of doctor of Education**, Curriculum and Instruction College of Education, University of South Carolina.

55- النمر، مصطفى. (2017). العلاقة بين مستوى وعي أخصائيي الإعلام التربوي بمخاطر بث الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي على الأمن المجتمعي ومسئولياته الاجتماعية في التصدي لها. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

56- عقل، نشوة. (2017). أدراك طلاب الإعلام لمفاهيم المسؤولية الاجتماعية والمعايير المهنية للأداء الإعلامي دراسة مقارنة بين الدارسين والممارسين. **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد السادس عشر، العدد الأول.

57 Mello, Susan & Tan, Andy. (2016). Who's Responsible? Media Framing of Pediatric Environmental Health and Mothers' Perceptions of Accountability. **Journal of health communication**, vol.21, no.12.

58- كيلاني، حنان. (2016). أخلاقيات القائم بالاتصال في البرامج الحوارية على القنوات الفضائية المصرية. **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد الخامس عشر، العدد الثالث.

59- ياسين، مروى. (2016). الطوابق الشرعية والمهنية في معالجة الخطاب الديني بالقنوات الفضائية الإسلامية للأحداث السياسية: دراسة في إطار نظرية المسؤولية الاجتماعية. **مجلة البحوث الإعلامية**، جامعة الأزهر، المجلد السادس والأربعين.

60- حسن، عبد الصادق. (2015). اتجاهات المراهقين نحو برامج تليفزيون الواقع في الفضائيات العربية: دراسة في إطار نظرية المسؤولية الاجتماعية. **المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الثاني.

61- محمد، انتصار. (2015). انعكاسات التأهيل والتدريب للقائم بالاتصال على إدراك أبعاد المسؤولية الاجتماعية للإعلام التربوي دراسة على اخصائي الاعلام التربوي بالمدارس المصرية. **المجلة المصرية لبحوث الصحافة**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الرابع.

62- أبو السعود، مي أحمد. (2015). المسؤولية الاجتماعية للدراما التليفزيونية المصرية دراسة تحليلية لعينة من المسلسلات الرمضانية. **المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الثالث.

63- يحيى، دينا. (2015). تقييم طلاب الإعلام للأداء المهني لبرامج التوك شو التليفزيونية في إطار نظرية المسؤولية الاجتماعية. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الحادي والخمسون.

64- الخصاصنة، إبراهيم فؤاد. (2014م). تأثير المحطات التليفزيونية الأردنية الخاصة على طلاب الجامعات في ضوء نظرية المسؤولية الاجتماعية. **مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية**، جامعة الأردن، المجلد الحادي والأربعون، العدد الأول، ص ص 236-256.

65 - صبري، ميرال. (2014). اتجاهات القائم بالاتصال لمفهوم حرية الصحافة وأليات الممارسة المهنية بعد المرحلة الإنتقالية الثانية، **المؤتمر العلمي الدولي العشرون لكلية الإعلام جامعة القاهرة مستقبل الإعلام المصري في ظل دستور 2014**، في الفترة من 22-23 يونية، ص ص 51-115.

66- البدوي، ثريا أحمد. (2012). المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام كأحد معايير الحوكمة الإعلامية في مصر دراسة تحليلية لخطابات النخبة نحو الأخر الديني خلال الانتخابات البرلمانية في ضوء تصوراتهم لقيم الإعلام الرشيد. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الثالث والأربعون.

67 - العبد، نهى. (2013). تطبيق القواعد المهنية في البرامج الحوارية التليفزيونية في تغطية فترة ما بعد الثورات العربية دراسة على الجمهور العام وعلى القائم بالاتصال. **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد الثاني عشر، العدد الثالث.

68- البناء، حازم. (2008). أخلاقيات الإعلام في الفضائيات العربية الخاصة كما يراها الجمهور المصري، المؤتمر العلمي الدولي الرابع عشر الإعلام بين الحرية والمسئولية، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، الجزء الأول.

69- زكريا، نرمين. (2008). اتجاهات القائم بالاتصال نحو مفهومي الحرية والمسئولية الاجتماعية للصحافة المصرية في الألفية الثالثة. المؤتمر العلمي الدولي الرابع عشر الإعلام بين الحرية والمسئولية، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، الجزء الأول.

70- فاروق، سحر. (2008). رؤية أصحاب الاحتياجات الخاصة لدور الصحافة وتأثيراتها عليهم في ظل نظرية المسئولية الاجتماعية. المؤتمر العلمي الدولي الرابع عشر الإعلام بين الحرية والمسئولية، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، الجزء الأول.

71- الكحكي، عزة. (2008). حدود الحرية والمسئولية كما يراها القائم بالاتصال بقناة الجزيرة الإخبارية. المؤتمر العلمي الدولي الرابع عشر الإعلام بين الحرية والمسئولية، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، الجزء الثاني.

72- عثمان، أحمد. (2008). حرية التعبير في برامج المشاركة بالراديو في إطار المسئولية الاجتماعية للإعلام الإذاعي. المؤتمر العلمي الدولي الرابع عشر الإعلام بين الحرية والمسئولية، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، الجزء الثاني.

73 Salman, Amin & others. (2021). Governance, Corruption and the Media: Reflection of Corruption during the PML-Q and PML-N Political Regimes, **Ilkogretim Online**, Vol. 20 Issue 6, p538-545.

74- ذكي، محمود. (2021). التغطية التلفزيونية لسياسات الدولة المصرية في مكافحة الفساد وعلاقتها بالمواطنة المسؤولة، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الاعلام، جامعة القاهرة.

75- اليزيدي، علي. (2021). المعالجة الإعلامية لقضايا الفساد في القنوات التلفزيونية اليمنية غير الحكومية: دراسة تحليلية. مجلة الاندلس للعلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد الرابع والأربعين، المجلد الثامن.

76- القيسي، صلاح & الزوبي، أنور. (2020). دور الإعلام الاستقصائي في رصد حالات الفساد وتعزيز ثقافة النزاهة في المجتمع العراقي: دراسة ميدانية على عينة من أعضاء نقابة الصحفيين العراقيين. مجلة أريد الدولية للعلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد الثاني، العدد الخامس.

77- الجزاف، أنور. (2019). المواقع الإخبارية الالكترونية ودورها في مكافحة الفساد: تجربة دولة الكويت. مجلة المستقبل العربي، العدد 482.

78- الأحمرى، علي. (2018). دور الإعلام الجديد في محاربة الفساد دراسة ميدانية. رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الإعلام، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية.

79 Park, Heungsik & Lee, Jimoon. (2017). the influence of media, positive perception, and identification on survey-based measures of corruption, **Business Ethics. European Review**. Jul2017, Vol. 26 Issue 3, p312-320.

80- عبد الرحمن، أسامة. (2014). دور فيس بوك في إمداد الشباب الجامعي بالمعلومات حول قضايا الفساد المصري. رسالة دكتوراه غير منشورة، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس.

81 - أبو المجد، إبراهيم. (2014). العلاقة بين تعرض أخصائي الإعلام التربوي للمواقع الإخبارية الإلكترونية ومستوى المعرفة بالاستراتيجية الوطنية لمكافحة الفساد في مصر. *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد الثالث عشر، العدد الثاني (مزدوج)*.

82- أحمد، منى. (2014). دور فيس بوك في إمداد الشباب الجامعي بالمعلومات حول قضايا الفساد الإعلامي والسياسي. *المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد التاسع والأربعون*.

83- رشدي، هشام. (2013). معالجة الصحافة الإلكترونية لقضايا الفساد في المجتمع المصري وتأثيرها على المشاركة السياسية للشباب الجامعي. رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية النوعية، جامعة المنصورة.

84- رضا، محمد. (2013). العوامل المؤثرة على تغطية القائم بالاتصال في الوسائل التقليدية والجديدة لقضايا الفساد في مصر دراسة ميدانية. الدراسة متاحة بتاريخ 27-1-2022م على الموقع التالي:

<https://platform-almanhal-com.sdl.idm.oclc.org/EDS/Details/?id=2-62781#>

85- أبو العلا، محمد. (2012). اتجاهات الرأي العام نحو قضايا الفساد بعد ثورة 25 يناير 2011 دراسة ميدانية. *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد الحادي عشر، العدد الأول، عدد خاص (الرأي العام وثورة 25 يناير)*.

86 - يوسف، حنان. (2012). أثر وسائل الإعلام في تشكيل اتجاهات الجمهور المصري نحو قضايا الفساد في مصر دراسة في إطار مدخل دوامة الصمت. *مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، العدد السابع والثلاثون*.

87- الدسوقي، زكريا. (2009). قضايا الفساد كما تعكسها البرامج الحوارية في القنوات الفضائية وعلاقتها بمعرفة المراهقين بهذه القضايا. *مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، العدد الحادي والثلاثون*.

* أسماء السادة الأساتذة المحكمين لاستمارة الاستبيان مرتبين أبجدياً:

- 1- أحمد سمير: أستاذ مساعد الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة الأزهر.
- 2- عبد الرحمن الهزاع: الرئيس السابق لهيئة الإذاعة والتلفزيون بالمملكة العربية السعودية.
- 3- غادة البيطريق: أستاذ مساعد بقسم الإعلام وعلوم الاتصال بكلية الآداب-جامعة الطائف.
- 4- محمد الجبير: أستاذ مشارك بكلية الإعلام والاتصال-جامعة الامام محمد بن سعود الإسلامية.
- 5- محمد القعاري: أستاذ بكلية الإعلام والاتصال-جامعة الامام محمد بن سعود الإسلامية.
- 6- محمد غريب: أستاذ بقسم الإعلام - كلية العلوم الاجتماعية - جامعة أم القرى.
- 7- محمود جمال: أستاذ مساعد الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة بني سويف.
- 8- محمود حمدي: أستاذ مساعد بقسم الإعلام بكلية الآداب-جامعة المنيا.
- 9- ممدوح عبد الله: أستاذ مساعد الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة بني سويف.
- 10- هيثم جودة: أستاذ مساعد بقسم الإعلام بكلية التربية النوعية جامعة الزقازيق.

